TINERII MAGHIARI DIN ROMÂNIA. DIMENSIUNI COMPARATIVE

Material cu drept de autor

Nuanțe ale diversității.

Material cu drept de autor

TINERII MAGHIARI DIN ROMÂNIA. DIMENSIUNI COMPARATIVE

Editori: Kiss Tamás – Barna Gergő – Kozák Gyula

EDITURA
INSTITUTULUI PENTRU
STUDIEREA PROBLEMELOR
MINORITĂȚILOR NAȚIONALE

KRITERION

Cluj-Napoca, 2011

Material cu drept de autor

Titlu: *Tinerii maghiari din România. Dimensiuni comparative*
Editori: Kiss Tamás – Barna Gergő – Kozák Gyula

Editura Institutului pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale
Editura Kriterion

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
Tinerii maghiari din România : dimensiuni comparative / ed.:
Kiss Tamás, Barna Gergő. - Cluj Napoca : Editura Institutului pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale : Kriterion, 2010
Bibliogr.
ISBN 978-606-92744-1-5 ; ISBN 978-973-26-1022-0

I. Kiss, Tamás (ed.)
II. Barna, Gergő (ed.)

323.14(=511.141)(498)

Coordonator serie: Horváth István, Jakab Albert Zsolt
Lektor: Peti Lehel
Traduceri: Iuga Tibor, Kozák Gyula, László Noémi
Corectură: Anca Sârbu
Design: Könczey Elemér
Tehnoredactare: Fogarasi László
Tipar: IDEA és GLORIA, Kolozsvár

© Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale

Cartea a apărut cu sprijinul:

Opiniile exprimate în textul de față aparțin autorilor și ele nu reflectă în mod obligatoriu punctul de vedere al ISPMN și al Guvernului României.

Material cu drept de autor

Cuprins

KISS Tamás – BARNA Gergő
Tineri maghiari din Transilvania 2008. Despre cercetare şi volum 7

Două direcții de cercetare în România

Sorin MITULESCU
Repere în cercetarea de tineret din România ultimelor decenii 31

GÁBOR Kálmán – VERES Valér
Transformarea socială şi tineretul în Europa de Est.
Situația tinerilor maghiari din România 39

Gina ANGHELESCU
Cadrul general de viață al tinerilor din România 57

Tinerii maghiari din Transilvania 2008. Rezultatele unei analize comparative

VERES Valér
Situația tineretului pe piața forței de muncă, problemele caracteristice şi starea de spirit în spațiul social, pe categorii 63

Iulian N. DALU
Orientări şi valori ale tinerilor maghiari şi români cu privire la educație, muncă şi carieră 97

BARNA Gergő
Timp liber, cultură, media, internet – obiceiuri de consum ale tinerilor români şi maghiari 105

BOKOR Zsuzsa
Retradiționalizare? Tinerii ardeleni despre familie, îngrijirea copiilor şi munci domestice 165

Material cu drept de autor

Sorin MITULESCU
Tinerii şi familia 183

VERESS Ilka
Valorile tinerilor din România 193

KOZÁK Gyula
Practici de consum la tinerii maghiari din România 205

Gina ANGHELESCU
Străinătatea în 3D: dispoziții, distincții şi similitudini între tinerii maghiari din Transilvania şi tinerii români 227

Instantanee. Selecții din cercetările din mileniul trei

ERCSEI Kálmán – KISS Zita – SZABÓ Júlia
Consumul de loisir, gradul de autonomie şi planurile de viitor ale tinerilor la Festivalul Peninsula din Târgu Mureş 245

SÓLYOM Andrea
Cultură politică şi valori sociale la tinerii din România 275

PATAKFALVI CZIRJÁK Ágnes
Sounds of Cluj. Scena muzicii electronice din Cluj 307

Abstracts 319

Lista autorilor 325

Material cu drept de autor

KISS Tamás[1] **– BARNA Gergő**

Tineri maghiari din Transilvania 2008. Despre cercetare şi volum

Volumul nostru porneşte de la datele unei anchete sociologice realizate pe un eşantion reprezentativ pentru populaţia tinerilor maghiari din Transilvania cu vârste între 18-35 de ani. Cercetarea a fost iniţiată de Autoritatea Naţională pentru Tineret (ANT)[2] în septembrie 2008 şi derulată de Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităţilor Naţionale (ISPMN) în colaborare cu institutele de sondare a opiniei publice *TransObjective Consulting SRL* şi *Kvantum Research SRL*. Pe lângă cercetarea amintită, un precedent important este dat de o conferinţă organizată în septembrie 2009, la care – alături de cercetători preocupaţi de studiul unor fenomene legate de tematica anchetei – au participat cercetători români şi maghiari a căror activitate se axează pe studierea tineretului din România. Majoritatea studiilor apărute în volum au fost prezentate în cadrul conferinţei amintite.

1. Antecedente, puncte de legătură, cadru teoretic

(1) *Cercetarea tineretului în Bucureşti*. Una dintre noutăţile cercetării constă în dorinţa de a se conecta simultan atât la cercetările române, cât şi la cele maghiare, ele dezvoltându-se în paralel, fără legătură cu cealaltă. Am încercat să reducem distanţa dintre cercetările din Bucureşti

1 În timpul editării volumului Kiss Tamás a beneficiat de Bursa Bolyai a Academiei de Ştiinţe Maghiare.

2 I se cuvin mulţumiri lui Kovacs Peter, preşedintele de la acea vreme al ANT, care a îmbrăţişat ideea culegerii de date reprezentative pentru tinerii maghiari.

Material cu drept de autor

(în limba română) şi cele din Cluj (în limba maghiară, care se raportează în primul rând la cercetarea tineretului din Ungaria). Acesta este şi unul dintre obiectivele principale ale volumului nostru, care apare atât în limba maghiară, cât şi în limba română.

După cum reiese din studiul lui Sorin Mitulescu din acest volum, cercetarea tineretului are în România o istorie de 30 de ani. Cu toate că pretenţiile partidului-stat au definit în mare măsură tematicile de cercetare, cercetarea tineretului se află între acele domenii norocoase care încă de dinaintea schimbării de regim au putut funcţiona într-un cadru instituţional stabil şi bine definit.[3] Acest cadru instituţional în care s-a derulat cercetarea tineretului în structuri guvernamentale (într-o subordonare schimbătoare) s-a păstrat şi după 1989. Principalele caracteristici ale cercetării tineretului în România sunt legate de acest cadru: (1) abordarea de tipul politicilor publice şi legătura puternică cu acestea, (2) focusarea pe grupurile problematice, respectiv pe problemele legate de tineret (diferitele forme ale devianţei, situaţia pieţei forţei de muncă, integrare/incluziune socială). Pe lângă acestea trebuie să evidenţiem volumul mare al culegerilor de date empirice. Începând cu anul 1996, centrul de cercetare a tineretului aflat în subordinea guvernului realizează anual studii care sunt reprezentative pentru întreaga populaţie tânără, iar în multe cazuri sunt reprezentative şi pentru regiuni sau pentru anumite straturi/categorii ale tineretului (de exemplu tinerii de la sate).

Din acest punct de vedere, cercetarea realizată în septembrie 2008 în rândul tinerilor maghiari din Transilvania (Tineri maghiari 2008) poate fi trecută în categoria eşantioanelor reprezentative pentru diferite categorii de tineret. În paralel cu aceasta, în iunie-iulie 2008 Autoritatea Naţională pentru Tineret a realizat un studiu reprezentativ pe întreaga populaţie tânără a României pe baza unui eşantion de 1205 persoane (Barometrul de Opinie Publică – Tineret 2008). Agenţia Naţională pentru Tineret ne-a solicitat să realizăm o cercetare cu tematică asemănătoare, însă pe un eşantion alcătuit din tineri maghiari. Urmărind comparabilitatea datelor, am pornit de la chestionarul cercetării pentru eşantionul naţional. Deoarece cele două chestionare se suprapun în proporţie de aproape 70%, avem posibilitatea de a răspunde la întrebarea dacă *tinerii maghiari din Transilvania se deosebesc de colegii lor de generaţie români şi*

3 În comparaţie cu alte ţări est-europene, statutul ştiinţelor sociale în România a fost deosebit de neprielnic după ce la începutul anilor '70 au fost desfiinţate specializările în sociologie (vezi Lőrincz 2001; Kiss-Sólyom 2001).

Material cu drept de autor

dacă da, în ce constă această diferenţă? Pe parcursul cercetării am comparat tinerii maghiari cu media obţinută din cercetarea făcută pe eşantionul din România,[4] respectiv pe cel din Transilvania.[5]

(2) *Cercetarea tineretului la Cluj.* În Transilvania, începând cu anii '90 a început să se dezvolte o direcţie de cercetare a tineretului în mare măsură paralelă cu cea de la Bucureşti. Este de menţionat faptul că începând cu anii '90, respectiv în cei câţiva ani de după 2000, la Catedra de sociologie a Universităţii „Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca cele mai multe lucrări de diplomă au fost redactate pe această temă. Cercetările au fost inspirate de sociologia tineretului din Ungaria – în special de Gábor Kálmán, decedat de curând. La mijlocul anilor '90, Gábor a cules date[6] despre studenţii din Odorheiu Secuiesc şi din Cluj-Napoca. În centrul cercetării s-au aflat planurile de viitor şi reproducerea statusului. După aceasta, în cadrul Colegiului de Sociologie „Max Weber", Veres Valér a condus o cercetare axată pe percepţiile interetnice şi pe identitatea unor liceeni români şi maghiari din patru mari oraşe transilvănene (coord. Veres 2000). Din 2003 a demarat cercetarea Festivalului Peninsula de la Târgu Mureş, care este o adaptare transilvăneană a studiilor pe Festivalul Sziget coordonate de Gábor Kálmán încă din 2000.[7]

Dintre cercetările asociate cu Ungaria studiul MOZAIK 2001 a fost cea mai mare şi mai complexă întreprindere realizată de Institutul Naţional de Cercetare a Tineretului.[8] Cercetarea a fost adaptarea unui studiu realizat pe un eşantion de 8000 de tineri din Ungaria, în urma căruia în patru state vecine cu Ungaria (România, Slovacia, Serbia şi Ucraina) au fost chestionaţi maghiarii şi tinerii majoritari din ţările respective. În România cercetarea a fost realizată separat în Secuime, respectiv în regiuni din afara Secuimii (centrul Transilvaniei, Partium, Banat). Realizarea celei dintâi a fost sarcina KAM din Miercurea Ciuc, iar cea din urmă a fost

4 Cercetarea ANSIT 2008 a avut ca subiecţi tineri între 14-35 de ani. Din această cauză, pentru a face comparaţia am fost nevoiţi să excludem din eşantion tinerii cu vârste între 14-18 ani. Aşadar, pentru comparaţii, eşantionul iniţial s-a transformat în unul care cuprinde 998 de tineri din România cu vârste între 18-35 de ani. La efectuarea comparaţiilor noi am lucrat cu acest număr de cazuri.

5 Când vorbim de Transilvania ne referim la cele 16 judeţe asupra cărora s-a extins şi cercetarea noastră. Cu ocazia cercetării ANSIT în cele 16 judeţe au fost chestionaţi 331 de tineri cu vârste între 18-35 de ani.

6 Vezi *Korunk* nr. 1998/6 (Gábor 1998; Veres 1998; Cseke 1998).

7 Această cercetare este prezentată în nr. 1-2 din *Web* 2006 (Gábor et alii 2006; Veres 2006; Ercsei 2006; Kiss et alii 2006; Balla 2006).

8 Despre rezultate vezi Gábor 2004; Veres 2004; Gábor–Veres 2005; Szabó et alii 2002.

Material cu drept de autor

încredințată Centrului de Studii Sociale „Max Weber" din Cluj-Napoca. Ambele cercetări au lucrat cu chestionare identice. Din cele două baze de date ale MOZAIK 2001 am reușit să creăm o bază de date ponderată[9] ce reprezintă starea tinerilor maghiari din Transilvania din 2001. Pe baza acesteia am avut posibilitatea să surprindem câteva dintre elementele schimbării survenite între 2001 și 2008 în situația tinerilor maghiari din Transilvania.

Cercetătorii maghiari din Transilvania preocupați de problematica tineretului au fost orientați de un cadru teoretic foarte diferit față de cei din București. Aici a lipsit aproape în totalitate proiectarea cercetărilor din perspectiva politicilor publice. În loc de a se focusa pe grupurile cu probleme și pe problemele sociale, pentru cercetătorii maghiari din Transilvania tinerii au apărut în primul rând ca niște purtători ai schimbării sociale. Astfel, cercetările s-au grupat în jurul unor noțiuni ca, de exemplu, schimbare civilizațională, expansiunea clasei de mijloc, (post) modernizare sau statusul consumatorului. Cadrul teoretic care poate fi asociat cel mai bine cu Ulrich Beck (2003) și Jürgen Zinnecker (1992) a funcționat ca o metanarativă marcantă, care interpretează o scală foarte largă a rezultatelor empirice ca dovadă a tranziției către societatea post-industrială, modernitatea târzie sau a trecerii de la periferie la centru.

Pe parcursul redactării volumului ne-am străduit ca și această linie să-și găsească locul. Din această cauză am inclus în primul bloc tematic al volumului studiul realizat de Gábor Kálmán și Veres Valér, care reliefează cadrul teoretic în discuție. În mod asemănător, materialul lui Ercsei Kálmán, Kiss Zita și Szabó Júlia din ultimul bloc tematic al volumului (care prezintă cercetările Peninsula) este construit pe acest cadru teoretic. Pentru analizarea datelor empirice am invitat autori care nu lucrează neapărat în cadrele date de această metanarativă. Obiectivul nostru a fost să oferim orizontului de cercetare al anumitor domenii (stratificare, relații de gen, migrație, consum, consum cultural, sistem de valori) o prezență mai accentuată în cercetările de tineret.

9 Această cercetare s-a axat pe tinerii între 15-29 de ani, astfel că, pentru a face comparația, a trebuit să-i selectăm și aici pe cei între 15-17 ani, respectiv și în baza noastră de date a trebuit să lucrăm cu cei între 18-29 de ani. Numărul de cazuri din baza de date ponderate MOZAIK 2001 a fost de 1598 de persoane.

Material cu drept de autor

2. Eşantion, reprezentativitate, muncă de teren

Aria geografică a cercetării Tineret 2008 a cuprins 16 judeţe ale României (Alba, Arad, Bihor, Bistriţa-Năsăud, Braşov, Caraş-Severin, Cluj, Covasna, Harghita, Maramureş, Mureş, Satu Mare, Sălaj, Sibiu şi Timiş). Potrivit recensământului din 2002 în aceste judeţe trăiesc 98,9% din maghiarii din România.

Eşantionul a fost realizat prin metoda multistadială, stratificată, cu start aleatoriu, cu ajutorul pasului pe cote. În practică acest lucru a constat în faptul că în primă fază am realizat un *eşantion al localităţilor.* Unele localităţi (Târgu-Mureş, Cluj-Napoca, Oradea, Sfântu Gheorghe, Satu Mare, Odorheiu Secuiesc şi Miercurea Ciuc) au intrat în eşantion cu un număr de cazuri corespunzător ponderii lor în populaţia tânără maghiară. Celelalte localităţi au fost repartizate în straturi în funcţie de regiune (Secuime, Partium, Transilvania Centrală şi Banat), mărimea localităţii (peste 100 de mii de locuitori, între 10–100 mii de locuitori, între 2–10 mii de locuitori, sub 2 mii de locuitori) şi de structura etnică a localităţii (majoritar maghiară, minoritar maghiară). Mai apoi, în interiorul fiecărui strat am ales aleatoriu, şansa de a intra în eşantion fiind ponderată cu numărul maghiarilor care trăiesc în localitatea respectivă. În pasul al doilea, în cazul localităţilor care nu au o numerotare continuă am realizat un eşantion al străzilor. *Străzile* au fost alese aleator; şansa de a intra în eşantion a fost ponderată cu numărul gospodăriilor ce se regăsesc pe o stradă. *Gospodăriile* de pe o anumită stradă (respectiv în cazul localităţii cu numerotare continuă) trebuiau alese cu ajutorul unui punct de plecare şi al unui pas. Aplicarea chestionarului s-a făcut în mod evident doar în acele gospodării în care locuia cel puţin o persoană care se considera maghiară şi care avea vârsta între 18 şi 35 de ani. Totodată, operatorii trebuia să respecte şi *cotele* privind sexul (masculin/feminin), respectiv vârsta (18-24/25-35). Procedura de eşantionare a fost practic asemănătoare cu cea a cercetării ANSIT din 2008, respectiv a semănat foarte mult cu metoda cercetării MOZAIK 2001 utilizată în Transilvania Centrală şi în Partium. Acest element creşte nivelul de comparabilitate.

Material cu drept de autor

3. Structura volumului

Volumul conține trei blocuri tematice. În primul bloc și-au găsit loc studiile deja menționate semnate de Mitulescu şi Gábor–Veres. Din aceste studii putem să cunoaştem cadrul cercetărilor de sociologie a tineretului român, respectiv maghiar.

Cel de-al doilea bloc conține analizele tematice construite pe cercetarea Tineret 2008 realizate de cercetătorii Institutului pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale din Cluj, respectiv de cercetătorii din cadrul ANSIT din Bucureşti. Deoarece am considerat că situația tinerilor maghiari din România poate fi interpretată în primul rând în contextul trendurilor naționale din România, comparabilitatea a constituit un punct de vedere important în cercetarea noastră. Alături de chestionar, tematica cercetată este în mare măsură identică cu cercetarea ANSIT 2008. În primul rând trebuie evidențiat faptul că ambele cercetări – sub aspectul genului – sunt sondaje de opinie, adică cele mai multe întrebări încearcă să afle răspunsuri în legătură cu opinia, atitudinea, valorile, proiectele tinerilor vizavi de diferite teme. Pe lângă acestea, am pus întrebări cu caracter factual mai pronunțat referitoare la diferitele modele de acțiune civică, obiceiuri de consum, utilizare a timpului liber, practici de migrație. La un al treilea nivel stau condițiile de fapt care definesc situația materială şi socială (de exemplu cunoaşterea limbii, condițiile de locuit). Trebuie să subliniem totodată faptul că, la acest nivel, adică în privința indicatorilor sociali, profunzimea materialului este cea mai scăzută. Astfel, în cadrul studiilor, cu toate că în câteva cazuri se va face referire la indicatorii sociali, autorii se vor concentra cu preponderență asupra opiniilor, a atitudinilor, respectiv asupra practicilor sociale/de consum.

În cele din urmă, al treilea bloc oferă o mică incursiune în cercetările realizate după anul 2000 în Transilvania, dar care nu au legătură cu cercetarea Tineret 2008. Sólyom Andrea face o analiză despre cultura politică a tinerilor, Ercsei–Kiss–Szabó despre cercetările asupra Festivalului Peninsula din Târgu-Mureş, în timp ce Patakfalvi Czirják Ágnes descrie scena muzicală clujeană. Aceste texte – care utilizează o abordare diferită din punct de vedere metodologic – reuşesc să completeze foarte bine cunoştințele noastre obținute din cercetarea reprezentativă.

Material cu drept de autor

4. Spicuiri din cercetările de după începutul noului mileniu

Am afirmat mai sus că după începutul noului mileniu, cercetarea MOZAIK 2001 a fost cea mai importantă întreprindere din Transilvania în materie de sociologie a tineretului. Cercetarea a dat naştere mai multor volume.[10] Această cercetare îşi găseşte utilitatea pe de o parte în analizele comparative, pe de altă parte apare în studiul lui Gábor–Veres. Am considerat, însă, că volumul trebuie să prezinte şi alte orientări caracteristice ale cercetării tineretului.

Studiul lui Sólyom Andrea se bazează pe una dintre cercetările axate pe cultura politică şi socializarea politică. Această temă a fost deosebit de populară în rândul sociologilor clujeni în preajma trecerii în noul mileniu. Merită evidenţiată în primul rând cercetarea *Cultura civică* iniţiată de Péter László, care a studiat cultura politică a studenţilor clujeni.[11] Sólyom Andrea a participat şi la această cercetare, după care, alături de un alt redactor al prezentului volum, a iniţiat o cercetare focusată pe atitudinile legate de democraţie. Studiul lui Sólyom, care se articulează pe cadrul conceptual al „tranzitologiei", devenit popular după schimbarea de regim, analizează tocmai această cercetare (respectiv varianta mai elaborată a acesteia).

Studiul lui Ercsei–Kiss–Szabó, pe lângă faptul că oferă o sinteză a cercetărilor Peninsula, reprezintă foarte bine orientarea care se ocupă de accentuarea statusului de consumator al tinerilor şi cu formarea clasei de mijloc. Urmărind participanţii la Festivalul Peninsula, cercetătorii au dorit să surprindă un strat dinamic al tinerilor maghiari din Transilvania în care se află aşa-zişii câştigători ai economiei de piaţă în formare. Urmându-l pe Gábor Kálmán, autorii vorbesc despre generaţia/tineretul festivalurilor care, – într-o ordine economică post-fordistă – îşi creează propria identitate socială în primul rând prin intermediul consumului şi al utilizării timpului liber. Acest segment al tinerilor este în esenţă optimist, îşi vede propriile şanse într-un mod pozitiv. Totodată autorii ne atrag atenţia şi asupra faptului că – din cauza instabilităţii poziţiei lor pe piaţa muncii – aceşti tineri sunt ameninţaţi de marginalizare şi de restrângerea oportunităţilor.

10 Vezi nota de subsol 7.
11 Vezi nr. 10 al *WEB* 10 (octombrie 2002).

Material cu drept de autor

Cel de-al treilea studiu al blocului îi aparține lui Patakfalvi Czirják Ágnes și reprezintă cercetarea subculturii. Studiul prezintă scena muzicii electronice clujene utilizând cadrele teoretice ale cercetării subculturii britanice. În opinia lui Patakfalvi consumatorii de muzică electronică alcătuiesc o subcultură specifică, aparte, pe care o putem percepe ca un câmp în accepțiunea lui Bourdieu. Este un sistem ierarhic în care, asemănător cu alte câmpuri sociale, cantitatea capitalului social/simbolic determină poziția participanților. Capitalul social relevant din punct de vedere al poziției din interiorul scenei muzicale clujene este definit ca abilitate, experiență și cunoaștere în petrecerea timpului liber. Una dintre afirmațiile esențiale ale lui Patakfalvi este că poziția din interiorul câmpului nu este influențată de apartenența etnică sau de clasa socială a individului. Din acest punct de vedere, în sistemul conceptual al lui Bourdieu, un rol important îl are gradul de autonomie al câmpului. Patakfalvi subliniază totodată și faptul că această autonomie nu înseamnă că transformările sociale (prin angrenaje proprii) nu apar în interiorul câmpului. În esență, studiul descrie modul în care relațiile de piață ajung să se valorifice/remarce în interiorul câmpului, respectiv modul în care întreprinzătorii în devenire ai subculturii convertesc capitalul subcultural într-o afacere de succes.

5. Cele mai importante concluzii ale cercetării Tineret 2008

Studiile tematice care apar în volum nu tratează toate întrebările cercetării Tineret 2008. Din această cauză am considerat că ar fi util să rezumăm rezultatele mai importante ale cercetării.[12]

5.1. Stare de spirit generală. Nivel de mulțumire/satisfacție generală

Trebuie menționat faptul că cercetarea a fost realizată în septembrie 2008, adică înaintea recesiunii/crizei economice. La acel moment, tinerii maghiari din România s-au declarat mai mulțumiți și mai optimiști

12 Datele pot fi consultate sub forma unui raport preliminar (Kiss–Barna–Sólyom 2008).

Material cu drept de autor

decât media pe țară. 38% dintre ei au declarat că nivelul lor de trai s-a îmbunătățit față de cel din anul anterior, procent care este mai ridicat decât cel al mediei pe țară de 36% și este mult mai favorabil decât cel de 30% din Transilvania. Situația a fost asemănătoare și în ceea ce privește încrederea în viitor. Înainte de criză 47% dintre tinerii maghiari chestionați au declarat că vor trăi mai bine peste un an, pe când din eșantionul național 43% au răspuns asemănător. Procentul acelora care au resimțit o înrăutățire a propriei stări materiale este de 12%, pe când procentul acelora care au pronosticat o înrăutățire viitoare a fost de doar 9%. Percepția îmbunătățirii condiției materiale și încrederea în viitor sunt strâns legate de creșterea nivelului de trai din țară – și în interiorul acesteia și în rândul tinerilor maghiari – între anii 2000 și 2008.

Climatul general s-a schimbat radical, situație evidențiată elocvent și de faptul că în 2010 48% din populația (totală) maghiară a crezut că va trăi mai rău și doar 12% a afirmat că va trăi mai bine peste un an.

5.2. Calitatea vieții, starea materială

Situația materială a tinerilor, calitatea vieții, respectiv șansele de mobilitate au fost măsurate prin intermediul accesului la anumite bunuri de consum. Am întrebat dacă subiectul deține telefon mobil propriu, PC/calculator, conexiune internet la domiciliu, mașină proprie, mașină pe care o folosește (aflată în proprietatea altcuiva), respectiv locuință proprie. Din rândul tinerilor maghiari cei mai mulți dețineau telefon mobil (91,6%), dar majoritatea lor au avut și calculator propriu (63%), respectiv conexiune internet la domiciliu (53%). 43% dintre tineri dețineau o locuință în proprietate. Procentul celor care aveau o mașină a fost de 35%, 19% dintre cei chestionați utilizau un autoturism care nu era proprietate personală.

Dacă comparăm datele cu cercetarea ANSIT 2008, reiese că în privința situației lor materiale, tinerii maghiari nu diferă cu nimic în comparație cu colegii lor români. Au deținut în proporții identice telefon mobil, conexiune internet la domiciliu și autoturism. Pe lângă acestea au deținut locuințe și au dispus de mașini care nu erau proprietate personală în proporții mai mari decât procentul pe plan național.

Aceste date care fac referire la o stare materială mai bună a tinerilor maghiari față de media pe țară se află în contradicție cu ipoteza noastră formulată la începutul cercetării. La începutul cercetării am pornit de la

Material cu drept de autor

ideea că şi în România există asimetrii de status defavorizante din punctul de vedere al minorităților, care sunt corelate cu faptul că procesul de reproducere socială (respectiv mobilitatea) nu este independentă de apartenența etnică/națională. În Europa de Est acest lucru se poate vedea cel mai bine în cazul etniei rome, în cazul căreia apartenența etnică reprezintă evident un factor de risc de sărăcie. În acest sens, unii autori (Emigh–Szelényi 2000; Ladányi–Szelényi 2006) vorbesc despre etnicizarea sărăciei. Gyurgyík László a arătat că există procese similare în cazul populației maghiare din Slovacia, dar ele sunt departe de a fi atât de extreme ca în cazul romilor. În privința maghiarilor aflați în minoritate, autorul vorbeşte despre o structură socială diformă, el înțelegând prin acest concept faptul că în rândul lor este mai scăzut procentul celor cu calificare/şcolarizare mai înaltă, al celor care lucrează în funcții de conducere şi al celor aparținând categoriilor superioare sub raportul veniturilor şi este mai crescut procentul celor subinstruiți, al celor aparținând categoriilor cu venituri mici, al celor cu poziții slabe pe piața muncii, respectiv al şomerilor (Gyurgyík 2004).

În cazul maghiarilor din România, datele recensământului din 2002 ne ajută să ajungem la concluzii asemănătoare în privința proceselor. 4,4% din maghiari (de peste 12 ani) au studii superioare, în comparație cu media națională de 6,7% (INS 2004). Diferențele au fost evidente în cazul fiecărei grupe de vârstă. La fel, procentul maghiarilor aflați în poziții de conducere, al lucrătorilor din administrație şi din sectorul financiar a fost mai scăzut.[13] Datele cercetării arată că la nivelul mediilor – şi măsurând cu indicatorii utilizați de noi – aceste diferențe nu apar. În 2008 în interiorul populației tinere naționalitatea maghiară nu apare ca un risc de sărăcie sau de stare materială mai proastă decât media, chiar dacă şansele tinerilor maghiari de a ajunge în poziții înalte din vârful societății sunt probabil mai mici. Din comparația cu MOZAIK 2001 reiese că între anii 2001 şi 2008 a avut loc o adevărată expansiune a consumului (proces întrerupt în mod evident de criza economică). Procentul deținătorilor de telefon mobil în rândul tinerilor cu vârste între 18-29 de ani (MOZAIK 2001 a țintit această categorie) a crescut de la 30% la 94%, al celor care dețin un PC propriu, de la 15% la 71%, al celor care folosesc un autoturism, de la 15% la 43%. Răspândirea PC-ului şi a telefonului mobil se datorează în parte în mod natural dezvoltării tehnicii. Creşterea

13 Din bunăvoința IPUMSI am lucrat cu o bază de date care conține un eşantion de 10% din recensămintele din 1992 şi 2002.

Material cu drept de autor

procentajului celor care folosesc autoturismul se datorează în schimb în mod evident unei creşteri numerice a tinerilor din clasa de mijloc.

5.3. Problemele tinerilor

Dintre problemele tinerilor au fost cel mai frecvent menţionate şomajul, lipsa banilor şi veniturile mici, nesoluţionarea situaţiei locative şi răspândirea drogurilor. Şomajul a fost considerat o problemă arzătoare în primul rând de către cei cu un nivel scăzut al şcolarizării, de cei care trăiesc în Secuime, de cei din mediul rural şi de muncitorii necalificaţi. Nesoluţionarea situaţiei locative a constituit o problemă mai cu seamă pentru cei din oraşe mari, pentru cei din regiunea Transilvaniei Centrale, pentru cei cu studii superioare şi pentru muncitorii calificaţi. Răspândirea drogurilor a fost menţionată în primul rând de către tinerii din Partium, dar a fost menţionată relativ frecvent şi de către absolvenţii de şcoli profesionale, respectiv de elevii şi studenţii actuali.

Variantele de răspuns utilizate de noi au corespuns cu cele folosite în cercetarea Mozaik 2001. Comparând rezultatele, putem concluziona că în cei şapte ani care s-au scurs între cele două cercetări, în opinia tinerilor între 18-29 ani anumite probleme au trecut în plan secundar sau sunt în scădere ca intensitate, pe când altele au apărut în prim-plan. A scăzut în mod semnificativ procentul acelora care considerau „viitorul fără perspective" ca fiind cea mai importantă problemă a tinerilor (de la 24% la 11%). Şomajul, lipsa banilor, veniturile mici – cu toate că acestea conduc în continuare lista problemelor – au fost menţionate ca probleme principale de mai puţini tineri decât în 2001. În mod evident, această situaţie s-ar putea să se fi schimbat în mod semnificativ ca urmare a declinului economic care s-a produs între timp. A ajuns în prim-plan, în schimb, problema răspândirii drogurilor. Procentul acelora care menţionează acest fapt a crescut de la 7% la 22%. A crescut totodată şi procentul celor care se plâng din cauza problemelor locative, cu 14% mai mulţi decât în 2001 au menţionat acest lucru ca fiind o problemă importantă. A crescut şi procentul tinerilor care consideră „incultura", bulversarea valorilor familiale, decăderea morală ca fiind principalele probleme ale zilelor noastre.

Material cu drept de autor

5.4. Familie, planificare familială, planuri de viitor

În ciuda faptului că în sistemul de valori al tinerilor maghiari din Transilvania familia are un rol proeminent, la nivelul planificării viitorului, asumarea viitorului rol de părinte, respectiv încheierea căsătoriei trece pe un plan secund în raport cu obținerea unui loc de muncă mai bun, continuarea studiilor şi avansarea pe plan profesional. La o întrebare la care am oferit doar posibilitatea unui singur răspuns, 27,5% dintre tinerii maghiari au indicat ca fiind cel mai important obiectiv pe viitor obținerea unui loc (mai bun) de muncă, 20,1% continuarea studiilor, 15,7% perfecționarea profesională, 9% pornirea unei afaceri proprii, 7,9% construirea/cumpărarea unei locuințe proprii, doar 6,2% indicând planul de a avea un copil şi 5,7% căsătoria. Alți 5,6% au indicat distracția şi 1,3% emigrarea. În comparația cu tinerii maghiari din Transilvania, tinerii din România au indicat în procente mai mari construcția/cumpărarea unei locuințe şi în proporții mai mici căutarea unui (nou) loc de muncă, respectiv continuarea studiilor. În privința căsătoriei şi a planului de a avea un copil, din perspectiva acestei întrebări nu există diferențe între tinerii din România şi tinerii maghiari din Transilvania.

În ceea ce priveşte planificarea familială, în cazul tinerilor maghiari au câştig de cauză modelele apropiate de media pe România. 55% dintre ei consideră că pentru ca omul să aibă o viață împlinită trebuie să se căsătorească şi 59% consideră că trebuie să aibă copii. Răspunsurile date se schimbă în funcție de vârstă. Majoritatea celor potrivit cărora căsătoria nu este o condiție a unei vieți împlinite provin din categoria de vârstă de 18-24 ani (54%), iar jumătate din populație spune că nu copilul face ca viața să fie împlinită. Respondenții din mediul rural, din Secuime, mai slab calificați şi care trăiesc în condiții materiale mai modeste consideră atât căsătoria, cât şi copiii mai necesari. Dar acest fapt este adevărat şi în sens invers: acestea sunt considerate mai puțin necesare de către categoriile care trăiesc în condiții mai bune, modernizate. Mai mult de două treimi din respondenți (67,5%) consideră că în cazul femeilor este ideal ca primul copil să fie adus pe lume înainte de vârsta de 25 de ani. Situația este asemănătoare şi pentru bărbații care doresc să-şi asume condiția de tată: 84% dintre cei chestionați consideră că asumarea condiției de părinte trebuie să se producă înaintea împlinirii vârstei de 29 de ani. Aceste opinii nu sunt în concordanță cu trendurile demografice actuale reale, care arată că în cazul femeilor, în cadrul perioadei de fertilitate creşte

Material cu drept de autor

în importanță perioada de după împlinirea vârstei de 25 de ani; în cazul bărbaților asumarea rolului de părinte se prelungește până undeva după împlinirea vârstei de 30 de ani (Mureşan 2007). Datele ne relevă faptul că la nivelul părerilor şi al aşteptărilor dăinuie în continuare modelul caracteristic regimului anterior, care trasa o asumare timpurie a rolului de părinte, chiar dacă în esență el nu mai orientează comportamentul demografic (Gheţău 1981, 1987; Trebici–Ghinoiu 1986; Kligman 2000).

În ceea ce priveşte numărul de copii doriți, există o diferență substanțială față de datele naționale, şi anume că cei care ar dori trei sau mai mulți copii reprezintă un procent mai mare (16%, față de 8% pe țară) şi corelat cu acest fapt sunt mai puțini cei care ar dori doar un singur copil (16%, față de 26% pe țară). De altfel, în cazul tinerilor din România şi al tinerilor maghiari din Transilvania sunt deopotrivă majoritari cei care ar dori doi copii (59%, respectiv 58%), în timp ce procentul celor care nu şi-ar dori copii este nesemnificativ (3%). Explicația în privința diferenței rezidă în comportamentul diferit al celor cu studii superioare. În timp ce în cazul eşantionului pe România, odată cu creşterea gradului de şcolarizare creşte şi procentul celor care îşi planifică un singur copil şi scade procentul celor care au în plan trei copii, în cazul maghiarilor ecuația este mai nuanțată. Procentul celor care îşi doresc trei sau mai mult de trei copii este cel mai ridicat în rândul celor cu studii superioare sau al studenților (22%). Adică în cazul tinerilor maghiari – în comparație cu tinerii români – printre cei cu studii superioare există un grup (aproximativ un sfert din cei care au absolvit facultatea) care îşi doresc o familie mare. Aceasta poate avea legătură cu faptul că în aria culturală maghiară scăderea populației, respectiv a natalității este tematizată în mod tradițional ca o problemă națională majoră. Pe eşantionul reprezentativ pe România, la nivelul planurilor, dorința de a avea copii mulți se restrânge la straturile sociale defavorizate.

5.5. Roluri de gen în familie

În setul de întrebări care se ocupă de rolurile de gen în interiorul familiei am enumerat 9 roluri, care, cel puțin tradițional, sunt cunoscute ca fiind mai mult sau mai puțin roluri de gen. Acestea au fost: luarea deciziilor mai importante, creşterea/educarea copiilor, aducerea de venituri, îngrijirea/supravegherea copiilor, gestionarea veniturilor, cumpărăturile, curățenia, gătitul, respectiv efectuarea reparațiilor. Din comparația cu

Material cu drept de autor

eşantionul pe România a reieşit că tinerii maghiari ţin mai mult la rolurile de gen tradiţionale (şi) în comparaţie cu trendurile naţionale. Două treimi dintre tinerii maghiari consideră că efectuarea muncii casnice (curăţenia şi gătitul) este treaba femeilor. Există pe deasupra şi un consens în acest caz, adică nu există diferenţe între răspunsurile femeilor/fetelor şi ale bărbaţilor/băieţilor. În eşantionul naţional, procentul celor care au indicat gătitul, respectiv curăţenia ca fiind sarcini ale femeii a fost de 47-47%. Însă în ceea ce priveşte supravegherea copiilor, respectiv cumpărăturile majoritatea respondenţilor din eşantionului naţional (83%, respectiv 63%) consideră ca fiind ideală distribuirea între sexe a acestor sarcini. Şi acestea au fost catalogate de către maghiari ca fiind sarcini femeieşti în proporţii mai mari decât media pe ţară. Pe de altă parte, ei consideră că este treaba bărbatului să efectueze diferitele reparaţii din jurul gospodăriei (73%). 18% dintre tineri consideră că realizarea/obţinerea de venituri este treaba bărbatului, 81% considerând că ambele părţi trebuie să contribuie la acest aspect.

Totodată este demn de menţionat, şi se află oarecum în analogie cu cele afirmate referitor la asumarea sarcinii de a deveni părinte, faptul că diferenţele între eşantionul naţional şi cel maghiar din Transilvania provin din comportamentul diferit al celor cu studii superioare, respectiv al celor care au şi în prezent statut de student. Atât în eşantionul naţional, cât şi în cel maghiar, cei cu un nivel al şcolarizării scăzut ţin la fel de mult la rolurile de gen tradiţionale. În schimb tinerii români cu studii universitare (respectiv studenţii) înclină fără echivoc înspre o abordare mai liberală a rolurilor de gen. În cazul tinerilor maghiari acest fapt nu se întâmplă neapărat. Cu toate că în privinţa ataşamentului faţă de modelele tradiţionale cei cu studii superioare reprezintă o proporţie oarecum mai mică faţă de cei cu un nivel scăzut al şcolarizării, şi în rândul celor dintâi sunt majoritari cei potrivit cărora gătitul este sarcina femeii, jumătate din populaţie considerând că şi curăţenia este o îndatorire a femeii. Adică, în timp ce în cazul tinerilor români studiile superioare comportă o îndepărtare fără echivoc faţă de rolurile de gen tradiţionale, în cazul maghiarilor există şi un eşantion marcant al intelectualilor care susţine aceste roluri. Acest lucru ne îndreptăţeşte să sperăm că în interiorul societăţii maghiare din Transilvania rolurile de gen tradiţionale nu se transformă în sinonime ale înapoierii; într-un *caz fericit*, aceste roluri pot continua să fie funcţionale şi în condiţiile modernizării.

Material cu drept de autor

5.6. Sistem de valori

În chestionar au fost două blocuri de întrebări referitoare la sistemul de valori. În primul au fost întrebați *în ce măsură joacă un rol important în viața respondenților familia, nivelul veniturilor, munca, prietenii, timpul liber, cultura/civilizația, religia, respectiv politica.* După ce respondenții au evaluat pe o scală de la 1 (foarte important) la 4 (deloc important) importanța fiecărui factor, procentul cumulat al răspunsurilor *important* și *foarte important* – excluzând politica și religia – a fost de peste 80% în cazul tuturor factorilor. În interiorul acestuia au atribuit cel mai important rol familiei, în acest caz ponderea răspunsurilor *foarte important* fiind de 87%, a celor *important* și *foarte important* fiind de 99%.

Pe baza celui de-al doilea bloc de întrebări se conturează mai bine ierarhia valorilor. Aici respondenții trebuia să aleagă trei dintr-o listă de 15 (familie, siguranță, bunăstare, pace, realizarea/împlinirea de sine, credință în D-zeu, egalitate de șanse, starea mediului înconjurător, drepturi și libertăți ale omului, încredere în oameni, sentimentul datoriei, democrație, toleranță, patriotism/dragoste de țară, participare publică). Și aici familia iese în evidență, fiind menționată de 84% dintre respondenți. Următoarele valori importante sunt siguranța/stabilitatea în viață, bunăstarea și pacea (cu 30%). 20% dintre respondenți au menționat realizarea/împlinirea de sine, 18% credința în Dumnezeu, 15% starea mediului înconjurător și egalitatea de șanse, 12% drepturile și libertățile omului, 11% încrederea în oameni și sentimentul datoriei. Democrația, toleranța, dragostea de țară și participarea publică au primit sub 10% din menționări.

Cu toate că și tinerii din România au menționat de departe în cel mai mare procent familia (77%), în cazul maghiarilor importanța acesteia în interiorul ierarhiei valorilor este și mai mare. Maghiarii au amintit pacea în proporție mult mai mare decât media pe țară (30%, în timp ce tinerii din România în proporție de 18%) și bunăstarea (în proporție de 30%, față de media pe țară de 14%). Este însă semnificativ procentul celor care au amintit credința religioasă (18%, față de 41% pe plan național) și realizarea personală/de sine (20% față de 39%).

Cum putem interpreta datele cu privire la sistemul de valori? Pare evident că în fruntea ierarhiei se află lucruri care se leagă de sfera privată, de viața personală. Pentru tinerii maghiari propria familie este cea mai importantă, totodată siguranța și bunăstarea proprie și a celor din jur.

Material cu drept de autor

Față de aceasta, valori ca participarea în viața publică, democrația, toleranța, care se leagă de sfera publică, se află la coada ierarhiei. Vom încerca, într-un context istoric mai larg – şi cel puțin la nivelul ipotezelor –, să prezentăm cum anume urmările ultimilor 18 ani au condus la o asemenea creştere în importanță a sferei private şi la o asemenea depreciere a importanței sferei publice. În cadrul cercetărilor anterioare din Cluj privind sociologia tineretului, ipoteza individualizării, care se leagă de cercetările lui Ulrich Beck, a avut un rol important. În recenzia făcută de Axel Honneth lucrării de căpătâi a lui Beck (2003), este formulat ca o critică faptul că autorul, utilizând individualizarea ca şi cuvânt-cheie, amestecă procese în esența lor foarte diferite. Acest lucru poate fi afirmat şi în legătură cu sociologia tineretului din Cluj (respectiv din Ungaria). Propunerea lui Honneth (care se bazează pe Foucault) este să delimităm trei dimensiuni separate în interiorul tendințelor de individualizare. Acestea sunt creşterea reflexivității şi a autonomiei personale şi creşterea importanței sferei private. Cele trei procese nu converg în aceeaşi direcție şi nu sunt concomitente în mod neapărat. Rezultatele actuale şi cele anterioare (vezi Kiss 2000) arată că în cazul tinerilor maghiari din Transilvania, în măsura în care vorbim despre procese de individualizare, prin acestea trebuie să înțelegem în primul rând un soi de privatizare. Cauzele procesului trebuie căutate în trăsăturile caracteristice ale vechiului regim. Dictaturile comuniste din Europa de Est (chiar dacă după anii '60 nu mai pot fi numite sisteme totalitare) au repolitizat într-o oarecare măsură sfera privată, respectiv au introdus obligativitatea participării la viața publică. După aceasta, la începutul anilor '90, în Transilvania am putut constata un fel de perioadă de glorie a mobilizării etnopolitice (de exemplu protestul cu lumânări[14] din 1990 de la Târgu-Mureş sau evenimentele din martie care l-au urmat). Însă începând cu mijlocul anilor '90 – în relație cu schimbul de generație – se poate constata depolitizarea sferei private şi trecerea în umbră a valorilor legate de viața publică, fapt pe care îl putem interpreta şi ca fiind o formă specifică a individualizării (cu toate că nu este sigur că sunt prezente şi alte dimensiuni ale procesului). În consecință, tinerii

14 În februarie 1990 la Tîrgu-Mureş au participat nu mai puțin de 100.000 de oameni la manifestația organizată de UDMR pentru învățământul în limba maghiară. Astăzi ar fi de neconceput ca la o manifestare politică să participe atâtea persoane.

Material cu drept de autor

sunt mai puțin interesați de participarea la viața publică și sunt mai puțin entuziasmați față de democrație, toleranță sau patrie.[15]

5.7. Participare politică

Răspunsurile referitoare la participarea politică/interesul pentru politică corespund în mare măsură cu cele de mai sus. În cazul primului set de întrebări, în ceea ce privește valorile, politica a reprezentat în cazul tinerilor maghiari din Transilvania aspectul cel mai puțin important ; în cel de-al doilea bloc respondenții au ales în cel mai scăzut procent participarea publică. La întrebarea în ce măsură sunt interesați de evenimentele politice europene, naționale, respectiv locale, 6-13% dintre tinerii maghiari au răspuns *în mare măsură.* Astfel, putem concluziona că, în comparație cu tinerii români, maghiarii sunt în mai mare măsură dezinteresați de politică. Interesul față de politică este în corelație în primul rând cu nivelul de școlarizare; atenția acordată vieții publice scade direct proporțional cu nivelul de instruire.

Interesul scăzut poate fi o consecință a faptului că o mare parte a tinerilor – în contextul tendințelor de privatizare discutate anterior – nu percep că deciziile administrației centrale sau locale pot avea o influență majoră asupra vieții lor cotidiene. În această privință și în comparație cu tinerii români diferențele sunt mai mari. 35% dintre tinerii din eșantionul național cred că deciziile administrației locale influențează în mare măsură viața cotidiană, în timp ce 24% dintre tinerii maghiari gândesc asemănător. În cazul deciziilor administrației centrale distanța este și mai semnificativă; față de 34% din eșantionul național, 20% dintre tinerii maghiari consideră că aceste evenimente joacă un rol important în viața lor cotidiană și a familiilor lor. Nu sunt diferențe regionale în ceea ce privește opinia despre politica locală. În Secuime sau în localitățile în care maghiarii sunt majoritari tinerii nu sunt interesați de politica locală și, asemenea celor care trăiesc în minoritate sau în zone de diasporă internă, nu consideră că deciziile administrației locale au vreo influență asupra vieții lor cotidiene.

15 În plus, pentru tinerii maghiari din Transilvania conceptul de patrie este în totalitate difuz. Acest fapt nu este luat în considerare de Veres Valér (2008) când, pe baza răspunsurilor date pe marginea acestui concept, dorește să formuleze afirmații tranșante în legătură cu structura identitară a maghiarilor din Transilvania.

Material cu drept de autor

5.8. Obiceiuri de consum

În blocul de întrebări referitoare la obiceiurile de consum am întrebat şi cât de des consumă tinerii legume proaspete, fructe, alimente fără conservanţi, mâncare de tip fast-food, cafea, alcool, ţigări, respectiv produse euforizante (droguri). Făcând comparaţia cu eşantionul naţional, maghiarii consumă mai multă cafea, respectiv produse cumpărate din fast-food-uri; în alte privinţe, răspunsurile lor sunt asemănătoare cu cele ale tinerilor români. Nivelul consumului de alcool şi de ţigări a putut fi comparat cu datele din 2001. Astfel, consumul ambelor produse a scăzut în ultimii şapte ani. În 2001, 25% dintre tinerii maghiari din Transilvania cu vârste între 18 şi 29 de ani au declarat că nu consumă niciodată alcool, pe când în 2008 proporţia acestora a fost de 31%, iar ponderea nefumătorilor a crescut de la 50% la 55%.

5.9. Timp liber, consum cultural

În privinţa petrecerii timpului liber şi a consumului cultural am utilizat două blocuri de întrebări. Cu ajutorul primului am putut compara rezultatele cu trendurile naţionale (Barometrul pentru Tineret 2008), cu ajutorul celui de-al doilea am putut compara rezultatele cu situaţiile din 2001 (MOZAIK 2001).

Prima întrebare viza frecvenţa practicării fiecăreia dintre cele 11 activităţi de petrecere a timpului liber (zilnic, de 2-3 ori pe săptămână, de 2-3 ori pe lună, de 2-3 ori pe an sau niciodată). Pe baza acesteia se poate constata că următoarele activităţi de petrecere a timpului liber sunt practicate cu precădere de tinerii maghiari (cu anumită frecvenţă): vizionarea programelor de televiziune (96%), petrecerea timpului cu prietenii (95%), excursii (85%), frecventarea cafenelelor, a barurilor (81%), participarea la concerte de muzică uşoară (66%), sportul (66%), lectura literaturii beletristice (64%), frecventarea discotecilor (56%), participarea la programe de teatru, de balet sau la concerte (48%), frecventarea cinematografelor (43%). Tinerii maghiari se uită mai rar la televizor, frecventează mai rar baruri şi discoteci. Sunt mai des însă împreună cu prietenii şi ies puţin mai mult în excursii, mai mulţi merg la cinematograf şi la teatru.

Prin a doua întrebare am dorit să aflăm când a fost respondentul ultima dată la teatru, cinematograf, bibliotecă, discotecă, concert, casă de cultură, bal, petrecere privată, muzeu. Dacă comparăm răspunsurile cer-

Material cu drept de autor

cetării din 2008 cu rezultatele din 2001 reiese că tinerii maghiari practică toate formele de consum cultural/activități de petrecere a timpului liber mai rar decât anterior. Acest lucru, în opinia noastră, este reversul sau prețul expansiunii consumului. Am văzut că situația materială şi nivelul de trai al tinerilor s-a îmbunătățit, însă cu un preț (fapt neverificat printr-o întrebare, dar probabil): au muncit mai mult şi au avut mai puțin timp liber. Din cauza acestui fapt diferitele modalități ale consumului cultural (care pot fi legate de cultura elitelor şi cultura de masă) se restrâng deopotrivă.

5.10. Relații interetnice, toleranță

Tinerii maghiari resping în proporții aproape egale romii, homosexualii, dependenții de droguri şi pe cei infestați cu SIDA: 63% dintre ei nu ar accepta în familie un rom. În cazul homosexualilor această proporție este de 67%, în cazul bolnavilor de SIDA, de 64%, în cazul dependenților de droguri fiind de 66%. Cercetarea noastră a confirmat acea concluzie a studiului Kárpát-Panel din 2007 conform căreia tinerii maghiari din Transilvania sunt intoleranți față de grupul cel mai diferit – care întruchipează alteritatea (Papp Z.–Veres 2007). Însă nu stă în picioare declarația în legătură cu aceasta făcută de Papp Z. Attila, care afirma că acest fapt este identic cu situația în care „minoritatea începe brusc să se comporte ca o majoritate intolerantă" (vezi http://itthon.transindex.ro/?cikk=6451). Însă dacă rezultatul este comparat cu răspunsurile majorității (adică ale tinerilor din România), reiese că aceştia sunt mai intoleranți. Toate categoriile enumerate (rom, handicapat, homosexual, bolnav de SIDA, dependent de droguri) ar fi acceptate de către tinerii maghiari într-un procent semnificativ mai mare ca vecin, prieten sau chiar ca membru al familiei. Tinerii maghiari au o atitudine mai tolerantă față de majoritari în comparație cu părerile majoritarilor față de ei. 43% dintre tinerii români nu ar vedea cu ochi buni un maghiar ca membru al familiei, în timp ce în rândul maghiarilor această pondere este de numai 18%. 32% dintre tinerii maghiari spun că există legături de colaborare între maghiari şi români. În cazul tinerilor din România această proporție este de 23%, şi un lucru mai îngrijorător este că în cazul tinerilor din Transilvania care trăiesc împreună cu tineri maghiari, această pondere este de doar 12%. 38% dintre maghiari au caracterizat relațiile româno-maghiare ca fiind conflictuale. Această pondere este puțin mai scăzută în cazul întregului

Material cu drept de autor

eşantion pe România (31%), dar în rândul tinerilor din Transilvania este de 51%. În acest caz nu este adevărat că legătura directă, convieţuirea îi apropie pe unii de alţii şi atenuează prejudecăţile.

5.11. Experienţa şi practica migraţiei

La începutul/mijlocul anilor '90 membrii minorităţilor etnice şi religioase au luat parte în mai mare măsură la procesele de migraţie. Chiar la începutul anilor '90 s-au format foarte repede reţelele de migraţie înspre Ungaria din localităţile locuite de maghiari, reţele construite pe legături de rudenie şi prietenie (Oláh 1994). Una dintre consecinţe a fost că cei de naţionalitate maghiară au plecat la muncă în străinătate, în special în Ungaria, într-o proporţie mai mare decât românii. După trecerea în noul mileniu au apărut mai multe semne care au arătat că românii pleacă la muncă în străinătate cel puţin în proporţii egale sau chiar mai mari decât maghiarii (Sandu 2000, 2005). Pornind de la acest fapt, ne-am aşteptat ca în ceea ce priveşte potenţialul şi experienţa de migraţie să nu existe diferenţe între tinerii maghiari şi români.

Faţă de aceasta, diferenţele au fost însemnate în cercetarea din 2008. Faţă de media pe ţară şi pe Transilvania, tinerii maghiari au plecat la muncă în străinătate în proporţii mult mai mari, au fost în călătorii de studiu, dar au fost în străinătate şi la cumpărături, să-şi viziteze rude sau prieteni, respectiv ca turişti. În privinţa intenţiei de emigrare diferenţa este mai mică, dar aceasta caracterizează tinerii maghiari într-un procent mai mare în cazul tuturor formelor de emigrare.

Dacă încercăm să comparăm rezultatele noastre cu MOZAIK 2001, reiese că intenţia de a munci în străinătate nu a scăzut în mod semnificativ. În 2001, 41%, în 2008 38% dintre tinerii maghiari doreau să muncească în străinătate. Însă în ultimii 7 ani s-au schimbat în mare măsură ţările-ţintă. În 2001, 75% dintre maghiarii dornici să lucreze în străinătate au indicat Ungaria; ponderea acestora a scăzut la 38% în 2008, când mai mulţi (41%) au indicat Germania şi Austria, urmate de Anglia şi SUA. Ţările-ţintă ale maghiarilor diferă în mare măsură de cele ale tinerilor români, care doresc să muncească în primul rând în Italia şi Spania.

Material cu drept de autor

Bibliografie

ANSIT
2007 *Starea tineretului şi aşteptările sale. Diagnoză 2007.* Agenţia Naţională pentru Sprijinirea Iniţiativelor Tinerilor, Bucureşti.
2008 *Starea socială şi aşteptările tinerilor din România. Barometrul de opinie publică.* Agenţia Naţională pentru Sprijinirea Iniţiativelor Tinerilor, Bucureşti.
BALLA Réka
2006 Atitudini politice în rândul participanţilor la festivalul Peninsula. *Web* (14–15), 73–78.
BAUER Béla – LAKI László – SZABÓ Andrea (coord.)
2002 *Raport preliminar.* Institutul Naţional de Cercetare a Tineretului, Budapesta.
BECK, Ulrich
2003 *A kockázat-társadalom – Út egy másik modernitásba.* Editura Századvég–Societatea de Ştiinţe Sociale Andorka Rudolf, Budapesta.
CSEKE Péter
1998 Székelyudvarhelyi fiatalok – korszakváltás küszöbén. *Korunk* IX. (6) 37–45.
EMIGH, Rebecca Jean – SZELÉNYI Iván (coord.)
2000 *Poverty, Ethnicity and Gender in Eastern Europe During the Market Transition.* Praeger, London.
ERCSEI Kálmán
2006 Félsziget fesztivál ifjúsága: fesztiválok ifjúsága? Az iskolázottság és továbbtanulás összehasonlító vizsgálata az ifjúsági korszakváltás kontextusában. *Web* (14–15) 47–61.
GÁBOR Kálmán
1998 Inegalităţi sociale – şansele tinerilor. *Korunk* IX. (6) 12–19.
2004 MOZAIK 2001 – A perifériáról a centrumba. Tézisek a határon túli magyar fiatalok helyzetének az értelmezéshez. *Erdélyi Társadalom* 2. (2) 9–23.
GÁBOR Kálmán – GAUL Emil – SZEMERSZKI Marianna
2006 Trendek a sziget-kutatásban. Az új fiatal középosztály kialakulása. *Web* (14–15) 9–34.
GÁBOR Kálmán – VERES Valér (coord.)
2005 *A perifériáról a centrumba. Az erdélyi fiatalok helyzetképe az ezredforduló után.* Belvedere, Szeged.

Material cu drept de autor

GHEȚĂU, Vasile
1981 O abrodare longitudinală a fertilității din România. *Viitorul Social* 1. 102–117.
1987 Fertilitatea unor generații feminine în România. *Viitorul Social* 6. 548–557.
GYURGYÍK László
2004 A szlovákiai magyarság társadalmi szerkezetének alakulása 1980–2001 között. *Korall* (18) 155–176.
HONNETH, Axel
1997 Az individualizálódás aspektusai. In: *Elismerés és megvetés. Tanulmányok a kritikai társadalomelmélet köréből.* Jelenkor, Pécs.
INS
2004 *Recenământul populației și al locuințelor.* Institutul Național de Statistică, București.
KISS Tamás
2000 Ifjúsági életszakasz és jövőstratégiák az észak-erdélyi nagyvárosok középiskolásai körében. In: VERES Valér (coord.): *Nemzeti vagy nemzedéki integráció. Erdélyi középiskolások átalakulásban.* Limes – Új Mandátum, Kolozsvár, 109–141.
KISS Tamás – BARNA Gergő – SÓLYOM Zsuzsa
2008 Erdélyi magyar fiatalok 2008. Közvélemény-kutatás az erdélyi magyarok társadalmi helyzetéről és elvárásaitól. Összehasonlító gyorsjelentés. *Műhelytanulmány,* 12. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár.
KISS Zita – PLUGOR Réka – SZABÓ Júlia
2006 Értékrend és ifjúsági szabadidő-kultúra a Félszigeten. *Web* (14–15) 63–72.
KLIGMAN, Gail
2000 *Politica duplicității. Controlul reproducerii în România lui Ceaușescu.* Editura Humanitas, București.
LADÁNYI János – SZELÉNYI Iván
2006 *Patterns of Exclusion. Constructing Gypsy Etnicity and the Making of an Underclass in Transitional Societies of Europe.* Columbia University Press, New York.
MUREȘAN, Cornelia
2007 *Family Dynamics in Pre- and Post-transition Romania: a Life-table Description.* Max Planck Institute for Demographic Research, WP 2007-018.

Material cu drept de autor

OLÁH Sándor
1994 Egy székely falu vendégmunkás-potenciálja (1990–1993). In: SIK Endre – TÓTH Judit (coord.): *Jönnek? Mennek? Maradnak?* MTA PTI Nemzetközi Migráció Csoport Évkönyve, Budapest, 163–174.
PAPP Z. Attila – VERES Valér (coord.)
2007 *Kárpát-panel 2007. A Kárpát-medencei magyarok társadalmi helyzete és perspektívái.* MTA – Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest.
SANDU, Dumitru
2000 Migrația transnațională a românilor din perspectiva unui recensământ comunitar. *Sociologia românească* 3/4, 5–52.
2005 Emerging Transnational Migration from Romanian Villages. *Current Sociology* 53, 555–582.
TREBICI, Vladimir – GHINOIU, Ion
1986 *Demografie şi etnografie.* Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti.
VERES Valér
1998 Pénz vagy tudás? *Korunk* IX. (6) 26–36.
2004 A Kárpát-medencei magyar fiatalok életeseményei, társadalmi-gazdasági helyzete és közérzete. *Erdélyi Társadalom* 2. (2) 24–58.
2006 Középosztályosodási tendenciák vizsgálata a marosvásárhelyi Félsziget fesztivál résztvevői körében. *Web* (14–15) 35–45.
2008 *Analiza comparată a identităţii minorităţilor maghiare din Bazinul Carpatic. A Kárpát-medencei magyarok nemzeti identitásának összehasonlító elemzése. Studii de Atelier. Cercetarea Minorităţilor Naţionale din România* 2. Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităţilor Naţionale, Cluj-Napoca.
VERES Valér (coord.)
2000 *Nemzeti vagy nemzedéki integráció. Erdélyi középiskolások átalakulásban.* Limes–Új Mandátum, Kolozsvár.
ZINNECKER, Jürgen
1992 A fiatalok a társadalmi osztályok terében (Új gondolatok egy régi témához). In: GÁBOR Kálmán (coord.): *Civilizációs korszakváltás és ifjúság.* Miniszterelnöki Hivatal Ifjúsági Koordinációs Titkársága, Szeged, 5–28.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

Sorin MITULESCU

Repere în cercetarea de tineret din România ultimelor decenii

Până în 1990, cercetarea privind tineretul din România a fost legată de o instituție puternic politizată în care tematica cercetării pornea de la ceea ce autoritățile aşteptau atunci de la tineri şi mult mai puțin (sau chiar deloc) de la ceea ce tinerii doreau sau considerau necesar. Şi chiar dacă cercetătorii din acea instituție încercau să păstreze o anumită autonomie şi o relativă obiectivitate ştiințifică, puterea lor de inițiativă era drastic limitată. Subordonarea cercetării de tineret față de administratorii de politică publică s-a păstrat într-o anumită măsură şi după '90 prin conservarea Centrului de Studii şi Cercetări pentru Tineret din București şi trecerea acestuia în subordinea Ministerului Tineretului şi Sportului (Schifernet 1999: 139). În noile condiții politice Centrul a încercat introducerea unor criterii intrinseci de stabilire a tematicii de studiu şi în mare parte a reuşit. De exemplu, aşa cum recunoaşte C. Schifirnet, „...dacă până în anul 1989 aspectele profesionale ocupau un loc mai mare în planul de cercetare al Centrului, după această dată, datorită schimbărilor sociale şi economice şi în structura de interese ale tinerilor, locul acestora a scăzut în favoarea unor subiecte noi" (Schifernet 1999: 142). Dar mecanismele de finanțare şi administrative nu garantau independența cercetătorilor. Schimbarea față de perioada anterioară au devenit tot mai evidente pe măsura apropierii de mijlocul anilor '90.

Care a fost tematica cercetărilor Centrului la începutul anilor '90 putem vedea din volumul publicat de această instituție în 1996 (CSCPT 1996): aspecte ale vieții sociale care au impact special asupra situației tinerilor, legislație, integrare profesională, educație non-formală, delincvență, emigrare, relații interetnice, stimularea creativității, religie, va-

Material cu drept de autor

lori, atitudini şi mod de viaţă, asociativitate (vezi CSCPT 1996). Volumul cuprinde cercetări cu bază empirică redusă (barometrele de opinie vor începe doar din acelaşi an 1996) şi nu pare să se bazeze pe o paradigmă teoretică comună. Dar are meritul de a reprezenta prima exprimare publică a interesului cercetătorilor pentru tematica de tineret după o pauză de mai bine de 7 ani. În acelaşi an sunt publicate şi rezultatele cercetărilor asupra tineretului realizate în cadrul Institutului de Cercetare pentru Calitatea Vieţii din Bucureşti (Mărginean coord. 1996). Volumul, mai elaborat din punct de vedere teoretic, mai sistematic şi mai omogen, cu o bază empirică destul de consistentă, pune accent pe „procesul tranziţiei postcomuniste" care afectează calitatea vieţii tinerilor. Aspectele economico-sociale sunt predominante, iar cele mai multe date provin din anchete pe eşantioane naţionale (de tineri, de elevi sau studenţi, de populaţie peste 18 ani sau de gospodării [Mărginean coord. 1996: 17-19]).

Conceptul de tranziţie pare să marcheze cercetarea asupra tineretului de-a lungul întregului deceniu '90. Lucrarea lui Dumitru Sandu (1999), chiar dacă nu a fost în atenţia tuturor cercetătorilor din domeniu, poate fi considerată paradigma valabilă pentru cercetarea tineretului din această perioadă. Fără a se opri în mod explicit asupra problematicii tineretului, autorul atrage atenţia asupra caracteristicilor tineretului rural, una dintre categoriile sociale puternic afectate de procesele de reformă sau modernizare.

Preocupările sociologilor din Cluj se focalizează în această perioadă pe teme precum cultura identitară a tineretului, relaţiile interetnice dintre elevii români şi maghiari şi raporturile dintre generaţii (Veres 2000). Sunt analizate rezultatele unor anchete desfăşurate în rândul elevilor de liceu din Transilvania, în climatul politic şi social al perioadei, marcat de „excese şi inflamaţii". Schimbarea socială latentă şi relaţia dintre generaţii din perspectiva conceptului de „tineret-centrism" sunt în atenţia cercetătorilor.

Cercetările privind tineretul se dezvoltă şi în jurul analizei principalelor probleme sociale. Unul dintre obiectivele pe care sociologii şi le propun este de a constata cum se reflectă evoluţiile economice şi politice în planul opiniilor şi al reacţiilor populaţiei tinere. Deşi aparent tinerii par a fi mai puţin legaţi de evoluţia economiei şi a politicii reale, ei sunt departe de a fi insensibili la ceea ce se întâmplă în jurul lor. Volumul publicat în 2004 de ANSIT (Mitulescu coord. 2004) urmăreşte schimbările evidenţiate prin sondajele de opinie pe eşantioane de tineri în perioada „de tran-

Material cu drept de autor

ziție târzie 1996-2003". Pe intervalul menționat, datele arată o creştere a satisfacției (mai ales la tinerii din mediul urban). În schimb, se profilează o deteriorare a climatului la locul de muncă şi o creştere a neîncrederii tinerilor față de societatea din jurul lor şi mai ales față de guvernanți. Intenția de a pleca din țară este tot mai răspândită.

La sfârşitul mileniului II şi începutul celui nou atitudinile față de viața politică ale tinerilor din România par a fi în concordanță cu cele ale tinerilor din întreaga Europă (chiar dacă sunt rezultatul unei evoluții cu totul diferite). Un document elaborat de Comisia Europeană în domeniul politicilor de tineret (2001) atrăgea atenția asupra faptului că tinerii par să-şi piardă încrederea în sistemele decizionale existente, să se detaşeze de formele tradiționale de participare la viața publică, precum şi față de acțiunea organizată, că ei nu-şi regăsesc întodeauna preocupările reflectate în politicile publice concepute pentru ei, se refugiază în indiferență sau individualism sau în moduri de exprimare aflate la limita căilor democratice. Concluzii asemănătoare sunt menționate şi de sociologi români care constată un mare decalaj între cei doi poli ai interesului tinerilor: cel superior – distracție, muzică (aproape 90% din preferințe), în timp ce viața politică ocupă limita de jos.[1] Cu alte cuvinte, interesul tinerilor pare a merge mai ales către ceea ce este facil, senzorial şi mult mai puțin către ceea ce este rațional, abstract, grav. S-a formulat ipoteza (CSCPT 1998) conform căreia slaba participare civică şi politică a tinerilor nu este determinată doar de lipsa de interes, ci şi de perceperea unui mediu social-politic şi a unui sens al schimbărilor sociale din ultimii ani nefavorabil afirmării lor. Dezinteresul lor în ce priveşte participarea politică – cel puțin în formele instituționale pe care societățile democrate contemporane încearcă să le propună acestor „viitori cetățeni" – este semnalat la începutul anilor 2000.[2]

Tot din acei ani datează şi colaborarea cu reprezentanții Comitetului director european pentru tineret (CDEJ). Prin direcția sa pentru tineret, Consiliul Europei recomandă şi României să elaboreze propriul raport național asupra politicii de tineret. Echipa internațională care coordonează acțiunea atenționează asupra posibilității ca procesele de dezvoltare

1 Sondaj de opinie realizat de Laboratorul de Cercetări pentru Media – iunie 2002, coordonator Ioan Drăgan; populația țintă – adolescenții din Bucureşti; rezultate prezentate în *Dilema*, nr. 513, 2003.

2 Vezi sondajul de opinie realizat în 2002 de Metro Media Transilvania şi Agenția Națională pentru Sprijinirea Inițiativei Tinerilor, Document ANSIT.

Material cu drept de autor

şi democratizare din societatea românească să marginalizeze categorii extinse din societatea românească, printre care şi tinerii (Helsingius 2001).

Primul volum publicat în 2003 de nou înfiinţata Agenţie Naţională pentru Sprijinirea Iniţiativei Tinerilor îşi propunea să evidenţieze perspectiva de apropiere a cercetării tineretului de munca de tineret şi de elaborarea politicilor de tineret (ANSIT 2002). Autorii studiilor par a se strădui să apropie analiza sociologică de fundamentarea acţiunii în domeniul politicii de tineret. Partea a doua a volumului ilustrează această tendinţă nouă de a urmări sprijinirea iniţiativei tinerilor prin dezvoltarea serviciilor pentru tineri şi formarea tinerilor pentru viaţă. Volumul menţionează rolul important pe care îl pot juca profesioniştii specializaţi în activităţi de tineret şi de educaţie nonformală şi totodată trece în revistă cele mai importante mijloace de sprijinire a iniţiativei tinerilor.

Studiile realizate în ANSIT în perioada 2004-2006 arată că valorile împărtăşite de cei mai mulţi dintre tineri sunt toleranţa, comportamentul civilizat, responsabilitatea, munca. Cele respinse sau cărora nu li se acordă importanţă sunt supunerea, individualismul, spiritul de economie. Şi totuşi, dincolo de o serie de comportamente standardizate şi „la modă" (moda acţionează ca o fatalitate faţă de adolescenţii de pretutindeni, capacitatea lor de a se opune curentului fiind foarte scăzută la această vârstă), dincolo de îmbrăcămintea purtată adesea ca o uniformă, dincolo de limbajul ce sună uneori strident şi obositor prin repetare, adolescenţii sunt o categorie ea însăşi diversă. Diversă prin origini, diversă prin şansele de afirmare şi dezvoltare personală, diversă prin performanţe şi aspiraţii. Concluzia studiilor ar fi că, atunci când se vorbeşte despre adolescenţi sau tineri, este bine să fie evitate generalizările pripite.

Conform sondajelor realizate la ANSIT, când avem de-a face cu acceptarea unor principii mai generale cum ar fi „libertatea fiecăruia de a adopta comportamentul şi ţinuta dorită" sau „toleranţa faţă de o viaţă mai puţin obişnuită", găsim în rândul tinerilor o majoritate tolerantă (60–70%) şi doar o minoritate de 10-15% care nu acceptă. Când atingem însă un aspect mai concret şi controversat cum ar fi „toleranţa faţă de comportamentele homosexuale", nu mai putem vorbi despre o majoritate şi o minoritate, ci mai degrabă despre câteva segmente extreme care nu pot cădea de acord.

Momentul aderării la Uniunea Europeană nu putea să nu fie precedat de o dezbatere în jurul condiţiei unei generaţii care va duce greul proce-

Material cu drept de autor

sului de integrare. Se constata că globalizarea este contestată cel mai vehement în rândul tinerilor, deşi tocmai ei sunt cei mai direcţi şi interesaţi beneficiari ai progreselor tehnologice şi informatice. Studiul realizat în România de un colectiv de la Universitatea din Erfurt confirma că România este „în ceea ce priveşte punctele de vedere, orientările valorice, viziunile şi speranţele tinerei sale generaţii, aptă de integrare" (Leisse–Leisse 2005: 117). Pe aceeaşi linie de preocupări, dar cu o abordare mult mai complexă, se înscrie şi lucrarea elaborată de un colectiv de la Universitatea „Babeş-Bolyai" (Micşoiu et alii 2007).

Sondajul *„Tânăr în România"* comandat de British Council se focalizează pe aspecte cum ar fi toleranţa şi conservatorismul, voluntariatul, accesul la noile tehnologiii informaţionale şi interesul pentru media. Se conturează astfel trăsăturile unui tineret postmodern în România (tendinţe semnalate încă din volumul Centrului din 1996 prin vocile lui Ilie Bădescu şi G. Roncea). Nu întâmplător, sondajul se realizează pe un eşantion de tineri din marile centre urbane ale României.

Anul 2007 aduce în atenţie problema iniţierii şi a organizării unei reţele naţionale a cercetării de tineret. Are loc un seminar la Sibiu, la aproape două decenii de când Centrul de Studii şi Cercetări pentru Problemele Tineretului organizase ultima întâlnire de acest fel, drapată în retorica obligatorie specifică perioadei şi lăsând doar să transpară unele idei şi constatări străine ideologiei oficiale. Unii dintre cei care se aflaseră printre participanţii la acele evenimente erau acum şi semnatari ai volumului editat cu ocazia seminarului de la Sibiu (vezi Mitulescu coord. 2007). Totuşi, majoritatea celor prezenţi au fost tineri şi foarte tineri. Ei au venit de la universităţi şi institute de cercetare din întreaga ţară: Universitatea „Babeş-Bolyai" Cluj-Napoca, Universitatea „Lucian Blaga" Sibiu, Universitatea Bucureşti, Universitatea Creştină „Dimitrie Cantemir", Universitatea „Spiru Haret", Universitatea „Petre Andrei" din Iaşi, Universitatea de Stat din Oradea, adăugându-se reprezentanţilor Direcţiei de Studii şi Cercetări pentru Problemele Tineretului din ANSIT. Această participare şi interesul de care s-a bucurat seminarul a demonstrat că problematica de tineret continuă să facă parte din preocupările intelectuale semnificative ale cercetării sociale din România şi că cercetătorii sunt conectaţi la aşteptările tineretului.

Volumul, reprezentând o selecţie a lucrărilor prezentate şi a dezbaterilor ce au avut loc la Sibiu, dorea a marca un progres pe drumul constituirii unei adevărate reţele naţionale a cercetării de tineret din România,

Material cu drept de autor

reunind colective din diferite centre ale țării. Textele autorilor au avut ca latură comună preocuparea unei societăți în curs de modernizare care ar vrea să înțeleagă cât mai repede ce i se întâmplă, folosindu-se de tineri ca de un seismograf sensibil la astfel de schimbări, fie că ele au loc în sfera inovației tehnologice, a consumului, a serviciilor publice sau a educației, a stratificării sociale. Setul de reflecții din 2007 se concentra asupra situației tinerilor ancorată în procesele de globalizare şi de integrare supranațională.

Aderarea României la Uniunea Europeană a prilejuit mai multe studii asupra tinerilor. Anul 2008 este marcat de o nouă întâlnire națională a sociologilor preocupați de tineret, la care s-a încercat să li se impună participanților o tematică mai unitară, şi anume traiectoriile de viață ori stilurile de viață ale unor tineri, pornind de la pronunțata diversitate socială a tranziției. Printre participanți s-au găsit din nou mulți tineri: studenți la sociologie şi chiar o elevă de la un liceu bucureştean, aşa încât vocea tinerilor se poate auzi din ce în ce mai puternic. Ca personaje ale analizelor sociologice întâlnim: studenți, elevi, tineri cu comportamente deviante (delincvență, consum de droguri), tineri emigranți în țările europene cu traiectorii specifice şi chiar cu stiluri proprii de viață.

Concluzia acestei sumare treceri în revistă (fără pretenția de a fi exhaustivă) este că cercetarea de tineret a parcurs un drum cu numeroase acumulări şi chiar dacă a fost marcată de limite atât teoretice, cât şi organizatorice, reprezintă un patrimoniu ştiințific ce nu poate fi neglijat. Bazele de date existente, ca şi textele elaborate în această perioadă istorică frământată, stau mărturie drumului parcurs prin tranziție de tânăra generație, drum nu lipsit de greutăți şi eşecuri, dar şi de posibilitatea asumării libertății atât de dorite în urmă cu 20 de ani.

Bibliografie

CSCPT
1996 *Tineretul în România actuală. Sinteze de cercetare.* Centrul de Studii şi Cercetări pentru Probleme de Tineret, Bucureşti.
1998 *Starea tineretului. Sinteză. Decembrie 1998.* Manuscris.
Comisia Europeană
2001 *Carta Albă a Comisiei Europene. Un nou elan pentru tineretul Europei.*

Material cu drept de autor

HELSINGIUS, Ulla (coord.)
2001 *La Politique de la jeunesse en Roumanie. Raport d'un group international d'experts nomme par le Conseil de l'Europe.* Conseil de l'Europe, Strassbourg.
LEISSE, Olaf – LEISSE, Utta-Kristin
2005 *Barometrul de aderare: România.* Domino, Bucureşti.
MĂRGINEAN, Ioan (coord.)
1996 *Tineretul deceniului unu. Provocările anilor '90.* Editura Expert, Bucureşti.
MICŞOIU, Sergiu – BRAD, Mirel – NABĂR, Loredana (coord.)
2007 *Percepţii şi atitudini ale studenţilor Universităţii „Babeş–Bolyai" faţă de Uniunea Europeană.* EFES, Cluj-Napoca.
MITULESCU, Sorin (coord.)
2004 *Tinerii în dinamica sondajelor de opinie.* Agenţia Naţională pentru Sprijinirea Iniţiativei Tinerilor, Bucureşti.
2007 *Studii în domeniul tineretului.* Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti.
SANDU, Dumitru
1999 *Spaţiul social al tranziţiei.* Polirom, Iaşi.
SCHIFERNEŢ, Constantin
1999 Treizeci de ani de cercetare ştiinţifică a tineretului. *Sociologie românească* 1. 137–143.
VERES Valér (coord.)
2000 *Liceenii ardeleni în tranziţie. Integrare naţională versus generaţională.* Limes, Cluj-Napoca.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

GÁBOR Kálmán – VERES Valér

Transformarea socială şi tineretul în Europa de Est. Situaţia tinerilor maghiari din România

Probleme teoretice

O întrebare fundamentală este cum anume poate fi comparat tineretul vest-european cu cel est-european. Cert este că tinerii din Europa Occidentală, datorită faptului că trăiesc în centre de dezvoltare industrială capitaliste, sunt mult mai expuşi presiunilor modernizării. Criza dramatică a modernizării care odată cu prăbuşirea socialismului de stat atinge acum întregul sistem al societăţii est-europene scoate la iveală acele deosebiri fundamentale care au fost acoperite de confruntările dintre est şi vest în deceniile de după război: a trăi în Europa de Est înseamnă practic a trăi la periferia dezvoltării economice a Europei. Geneza europeană a polarizării centru-periferie datează, potrivit unor teoreticieni, încă din secolul al XVI-lea, momentul naşterii ordinii capitaliste. Potrivit lui Wallerstein, scurta istorie a socialismului şi a comunismului est-european şi sovietic este doar un posibil răspuns la dezvoltarea istorică şi la situaţia socioeconomică periferică a acestei regiuni a Europei (Wallerstein 1983).

Dacă analizăm instituţia tineretului ţinând cont de condiţiile socio-istorice ale periferiei, atunci va trebui să evităm cel puţin două capcane teoretice:

Material cu drept de autor

(1) Dacă, presupunând o dezvoltare lineară, vom privi tineretul est-european ca fiind un model anterior al tineretului occidental, vom găsi o imagine distorsionată. (La o analiză superficială a datelor empirice poate fi la îndemână construirea unei asemenea perspective.) Teza întârzierii exclusiv temporale a modernizării est-europene, anume acel „cultural lag", ignoră faptul că condițiile de viață și condițiile sociale ale tinerilor din țările periferice indică diferențe specifice.

(2) Cealaltă capcană constă în polarizarea pe dimensiunea static și dinamic: astfel, centrul este în schimbare continuă, în timp ce modernizarea țărilor periferice înseamnă doar perioade de criză și stagnare. Tineretul din centru se află pe partea însorită, iar tineretul de la periferie pe cea umbrită. După prăbușirea socialismului viziuni asemănătoare acestui punct de vedere sunt formulate tot mai des în diferitele scenarii legate de viitorul tineretului est-european. În Ungaria aceste temeri au fost formulate cel mai pregnant de către Stumpf István: „Este posibil ca, din punct de vedere al formei pe care o îmbracă, provocarea tinerilor să traseze o nouă linie de demarcație în Europa. În opinia noastră încep să se contureze două scenarii: *tineretul ca actor social* (Europa de Vest), respectiv *tineretul ca purtător al crizei sociale* (Europa de Est)" (Stumpf 1994: 11-12).

În ceea ce privește primul scenariu, explicarea procesului se bazează pe adaptarea asupra tineretului a teoriei extinse a capitalului a lui Bourdieu. În societatea post industrială dezvoltarea tehnologiilor moderne, apariția calculatoarelor, revoluția comunicării în masă a supraevaluat dintre formele de capital așa-numitul capital cultural, posesia și cunoașterea bunurilor culturale acumulate de-a lungul istoriei (Bourdieu 1986, 1997). Obținerea capitalului cultural este însă un proces ce necesită mult timp; astfel, comportă o importanță deosebită faptul că în țările vestice se poate observa pas cu pas trendul de prelungire a duratei/perioadei de viață a tinereții. Datorită exploziei tehnicilor de comunicare în masă și răspândirii calculatorului, categoriile de vârstă fragedă, copiii, ajung foarte timpuriu în posesia unor cunoștințe pe care în multe cazuri nici generația părinților lor nu le dețin.

Față de aceasta, etapa de tinerețe comportă un specific fundamental diferit în țările regiunii est-europene, unde tineretul apare ca rezervor al problemelor sociale. În multe țări din Europa de Est o mare parte a tineretului nici nu are șansa de a se integra în lupta pentru capitalul cultural. În aceste țări perioada de tinerețe este relativ scurtă, o etapă de viață cu prea puțină greutate socioculturală. O situație de viață tranzitorie în care

Material cu drept de autor

tânărul este puternic legat de sistemul instituțional al societății adulte, mai cu seamă de sistemul organizat al universului muncii şi al structurii familiale. În loc ca perioada de tinerețe să funcționeze ca o etapă independentă, ea apare de fapt ca o etapă de pregătire, în care tânărul, prin prisma poziției sociale, este inferior, expus din mai multe puncte de vedere (Stumpf 1992: 11–12).

Cu acest punct de vedere foarte la modă în zilele noastre nu suntem de acord, în aceeaşi măsură în care nu putem fi de acord cu acele opinii potrivit cărora tineretul din Europa de Est este o simplă copie a celui vest-european. Pe baza cercetărilor noastre apare ca un criteriu foarte elocvent *teama vizavi de dispariția obiceiurilor şi de transformarea întreruptă a tinereții.* Acest tip de transformare nu poate fi pus exclusiv pe seama modelelor de tineret ale centrelor vest-europene care se afirmă prin intermediul media. Nu o putem interpreta ca fiind „occidentalizarea" tineretului est-european, ci într-o anumită măsură putem trata transformarea ca pe un „produs autohton" care este rezultatul dinamicii dezvoltării societății proprii a periferiilor est-europene. În zilele noastre ne pune pe gânduri faptul dacă am putea să facem o analiză profesionistă a schimbării tineretului din țările europene periferice, fără a ne ocupa de problemele național-culturale specifice ale tinerilor polonezi, cehi, români, sârbi sau maghiari sau fără a recurge cu o doză de ironie la asemenea „suplimente de analiză" cum ar fi a „treia cale" (Szelényi 1990).

Pentru interpretarea situației țărilor est-europene Jürgen Zinnecker propune conceptul de „modernizare selectivă".[1] În concordanță cu Zinnecker, vom scoate în evidență trei dimensiuni ale „modernizării selective" care joacă un rol determinant în formarea perioadei de tinerețe (Zinnecker 1992).

„În primul rând: *Resursele limitate şi infrastructura parțial dezvoltată duc până într-acolo încât modernizarea se produce nu pe un front mai extins şi pe o perioadă mai îndelungată, ca în centrele de dezvoltare capitaliste, ci în mod selectiv şi într-un timp relativ scurt. Acest lucru este valabil atât în sfera economică, cât şi în transformarea relațiilor cotidiene.* (Hankiss Elemér analizează foarte bine procesul, şi anume modul în care goana de la începutul anilor '60 după îmbogățirea materială pe ruinele microrețelelor, comunităților, asociațiilor distruse în anii '50 a creat acea variantă a individualizării moderne dezbrăcată de valorile sociale şi de comunitate,

1 Modernizarea selectivă conține toate criteriile „întârzierii economice din perspectivă istorică" elaborate de istoricii economiei (ca, de exemplu, Gerschenkron 1984).

Material cu drept de autor

numită individualizarea „goală" [Hankiss–Manchin–Füstös–Szakolczai, 1982].).

În al doilea rând: *Această modernizare selectivă este pusă în mişcare de către autorităţi centrale, cum ar fi, de exemplu, birocraţia supradimensionată a statului partid, care în vederea unor obiective precise de modernizare pune accent pe mijloace restrânse/limitate. Birocraţia statului partid înlocuieşte infrastructura insuficient dezvoltată, cum ar fi, de exemplu, piaţa comerţului cu produs, sau „înlocuieşte"/limitează publicitatea/opinia publică civică.*

În al treilea rând: *Modernizarea selectivă este secondată de ideologii economice şi sociale puternice, care în condiţiile periferiei şi ale subdezvoltării conferă procesului de dezvoltare o forţă motrice specială, considerată prielnică pentru a proteja societatea de puterea de dezvoltare capitalisto-industrială şi pentru a moderniza. Marxism-leninismul ridicat la nivel de „religie de stat" a slujit acest interes în Europa de Est. (În această regiune, în timpul şi după prăbuşirea socialismului de stat, unele sau aceleaşi cercuri de putere încearcă să înlocuiască ideologia marxist-leninistă cu ideologii etatiste şi naţionaliste).*

În al patrulea rând: *A doua economie a câştigat teren; în Ungaria rurală, dar şi în Transilvania, aceasta este strâns legat de reinventarea unei sumedenii de tradiţii familiale, locale (*Kemény 1991; Szelényi 1992*).*

Dinamica dezvoltării centrului şi a periferiei poate fi extinsă de la Europa la societatea globală, dar se poate restrânge totodată şi la analiza procesului de diferenţiere socială interioară a tineretului. Din punctul de vedere al modernizării tineretului, elitele tinere, în mod paradigmatic, se află în centru. O parte a urmaşilor muncitorilor străini sau a tinerilor germani declasaţi proveniţi din rândul tinerilor vest-europeni reprezintă o formă a modernizării selective. Să ne gândim la acel proces de diferenţiere care, în forma „societăţii de două treimi" sau în forma celor „două ţări", grupează social, respectiv regional tinerii din Europa Occidentală. În condiţiile modernizării selective, perioada de tinereţe are caracteristici structurale bine definite. În primul rând: schimbarea orientată spre profesie este inclusă forţat într-o cvasiperioadă de tinereţe. Prin intermediul implicării statului, tinereţea devine perioada de dobândire a „competenţelor" şcolare/educaţionale. Transformarea practicilor de dobândire a statutului profesional dinspre modelul de cooptare spre modelul concurenţial bazat pe performanţă – de la „sponsored mobility" la „contest mobility" – este concomitentă cu slăbirea familiei şi a mediului de origine ca mediu de socializare. *Procesul de modernizare selectivă înseamnă că fo-*

Material cu drept de autor

rumurile de socializare tradiţionale îşi transferă o parte a competenţei, a influenţei şi a posibilităţilor de control al societăţii unor structuri instituţionale şcolare/educaţionale care (de cele mai multe ori), sub autoritatea statului, funcţionează ca spaţiu social semiautomat al tineretului.

Astfel pot fi descrise, mai cu seamă începând cu anii '60, schimbările comune ale perioadei de tinereţe în spaţiul social occidental şi est-european. Modernizarea selectivă înseamnă că spaţiul în care se desfăşoară procesul de dobândire a statutului ocupaţional s-a extins şi a devenit mai semnificativ. Spaţiul apărut este de fapt un spaţiu al tineretului controlat de stat.

În viaţa tinerilor, reorganizarea traiectoriei spre statutul ocupaţional şi transformarea ei în traiectorie şcolară a rămas o prezenţă deosebit de izolată, căreia nu îi corespund spaţii libere viitoare. Din această cauză, în Europa de Est putem vorbi despre un moratoriu înjumătăţit şi limitat. Faţă de schimbarea traiectoriei spre statut ocupaţional, celelalte două traiectorii de carieră care conduc la roluri de adult familist şi la personalitatea civică rămân în umbră. Nu s-a dezvoltat acel mod de viaţă cuprinzător al tineretului pe care l-am numit moratoriu şcolar/educaţional. Controlul de stat asupra traiectoriei spre statutul şcolar/educaţional are drept consecinţă faptul că în interesul economiei, la presiunea economiei, împarte din start cărţile de joc; de exemplu, la începutul anilor '70 a avantajat instruirea muncitorilor calificaţi, iar consecinţa apare în zilele noastre în problematica şomajului în rândul tinerilor. Cauza şomajului şi, în interiorul acestuia, a şomajului în rândul tinerilor a fost previzibilă, esenţa ei constând în reproducerea forţei de muncă necalificate, neinstruite.

„Consecinţele sărăciei sunt de departe cele mai grave în domeniul educaţiei copiilor. În cazul muncitorilor din judeţul Pest, dacă alături de liceeni includem şi copiii care învaţă la şcoli profesionale şi pe cei care sunt înscrişi la orice formă de învăţământ după terminarea şcolii generale, atunci jumătate din copiii muncitorilor calificaţi şi doar 30% din copiii muncitorilor necalificaţi îşi continuă studiile. Asta înseamnă în opinia noastră că peste câteva decenii vom fi puşi în faţa celei mai grave probleme sociale. Dezvoltarea tehnicii îi va elimina în câteva decenii pe cei care nu au mai mult de 8 clase. Copiii care nici după împlinirea vârstei de 14 ani nu urmează un liceu şi nici nu învaţă vreo meserie, peste douăzeci-treizeci de ani vor reprezenta cea mai mare problemă atât pentru ei înşişi, cât şi pentru întreaga ţară." (Kemény 1991: 82)

Material cu drept de autor

Citatul ne arată că problema şomajului în rândul tinerilor nu este nouă şi nu este o problemă a recesiunii economice actuale, ci prin ea se reflectă sistemul educaţional cu rolul lui de reproducere, structura socială a satelor şi oraşelor, în fapt, întreaga ţesătură a societăţii. În concluzie, trebuie să avem în vedere un asemenea „produs autohton" al socialismului de stat a cărui schimbare are efecte asupra întregii societăţi, de la instituţii la indivizi.

Potrivit modelului traiectoriei de educaţie individualizată, transformarea modului în care este organizată dobândirea statutului profesional la tinerii vest-europeni este cauzată de faptul că se desprind mai timpuriu şi într-o măsură mai mare de familie şi de mediul de origine. Însă la tinerii est-europeni se conturează din ce în ce mai mult tendinţa potrivit căreia singurul mod de a se rupe mai devreme şi mai puternic de mediul familial este să intre în faza de întemeiere a familiei într-un ciclu de viaţă mai timpuriu. Căsătoria şi apariţia copilului se integrează în traiectoria normală de viaţă a tineretului. Aşadar, caracterul selectiv al modernizării selective înseamnă limitarea perioadei de viaţă a tinereţii. De exemplu, în RDG, începând cu anii '70, recunoscut ca atare de societate şi cu sprijinul statului, s-a creat un model potrivit căruia studenţii foloseau perioada studenţiei pentru a întemeia o familie.

Cu totul alta este situaţia în cazul modelului vest-european al etapei de viaţă a tinereţii, în care această etapă se desfăşoară în afara familiei. În contrast cu tematizarea deschisă a modului de viaţă individualizat, traiectoria dobândirii statutului de familist este ascunsă, va avea un caracter secundar. Această sarcină a traiectoriei de viaţă se va reîntoarce doar ca structură şi experienţă a legăturilor de cuplu informale.

Dacă analizăm diferitele transformări ale celor două traiectorii spre dobândirea statutului profesional şi spre întemeierea unei familii, vom avea imaginea paradoxului modernizării selective din Europa de Est: pe lângă multitudinea de semne ale modernizării (îmbrăcăminte, dansuri etc.), rolul normelor şi al valorilor tradiţionale este foarte puternic. La sfârşitul anilor '60 şi începutul anilor '70 Kemény István a evidenţiat în mai multe studii rolul determinant al tradiţionalismului (Kemény 1992). Foarte uşor poate fi observat caracterul pronunţat şi tenace al rolurilor de gen tradiţionale şi în perioada de tinereţe. Acest fapt infirmă interpretările politice ale egalităţii de gen. În capitolul care compară modelele culturale ale tinerilor vest-germani şi maghiari ne referim la faptul că, în timp ce în cazul tinerilor vest-germani diferenţele de origine, de şcolari-

Material cu drept de autor

zare şi de gen se estompează, în rândul tinerilor maghiari ierarhizările sociale joacă încă un rol însemnat. De exemplu, dezvoltarea civilizației duce la scurtarea perioadei tradiționale a culturii muncitorilor tineri.[2] În schimb, în rândul tinerilor maghiari proporția acestui tip a scăzut mai puțin şi chiar în 1985 a fost de 21%, în comparație cu cele 6% ale tinerilor germani. Reprezentanții acestui tip provin mai ales de la sat şi sunt femei, a căror principală caracteristică este stilul de viață privatizat care pivotează în jurul bunurilor materiale, fapt ce conduce la izolare socială (Gábor–Molnár 1992). Aşadar, fetele modelului de tineret vest-european sunt mult mai emancipate, cu toate că în plan ideologic – în cadrul dezbaterii publice – există numeroase idei tradițional-conservatoare în privința diferențelor de gen.

Cu un moratoriu şcolar înjumătățit specializat în detradiționalizarea statusului muncii, reproducerea feminină adolescentină – făcând abstracție de programele de sprijin care se referă la aceasta şi de eforturile ideologice – nu poate fi pusă sub semnul întrebării. Modernizarea traiectoriei în privința întemeierii familiei are o importanță covârşitoare în geneza moratoriului de educație a femeilor. În acest sens putem formula următoarea teză: adolescența feminină se modernizează paralel cu adolescența masculină doar alături de formarea unui moratoriu educațional extins care, pe lângă reorganizarea traiectoriei pentru dobândirea unui statut profesional, transformă şi celelalte două traiectorii: spre statutul civic şi spre cel familial. Şcolarizarea fetelor în sine, mai mult, participarea pe picior de egalitate a fetelor în lupta concurențială pentru cariere de educație privilegiate poate fi interpretată doar ca un model al modernizării selective feminine. De la începutul secolului XX în Europa de Vest acest înțeles restrâns coincide cu integrarea fetelor în sistemul educațional şi în cel al drepturilor. Modul de viață al tineretului comparabil şi egal cu cel al băieților a început să se dezvolte pentru fetele din spațiul vest-european doar începând cu anii '50, în cadrul modelului moratoriului educației lărgite. Doar în aceste condiții s-a creat pentru femei acea traiectorie de viață liberă de obligații atât în raport cu mediul de origine, cât şi cu întemeierea familiei.

2 Este caracterizat de faptul că prima experiență sexuală apare după împlinirea vârstei de 17 ani, însă individul intră pe piața forței de muncă înainte de împlinirea vârstei de 17 ani.

Material cu drept de autor

Cea de-a treia caracteristică a modernizării selective a tineretului este perioada de trecere a tinerilor la statutul de persoană adultă, la un statut de responsabilitate, la viața socială în care individul devine cumpărător, consumator şi persoană politică. Una dintre caracteristicile perioadei tinereții în Europa de Est a fost că i-a lipsit sau a putut fi identificată doar în sectoare restrânse legătura dintre moratoriul de tineret şi infrastructura socioculturală largă şi relativ independentă care s-a creat pe parcursul mai multor decenii. Au lipsit mai cu seamă precondițiile economice ale moratoriului şcolar extins, serviciile din mediul urban şi piața de consum multistratificată. În locul pieților au pătruns intervenții ale statului care redistribuie resursele sociale pentru moratoriul de tineret. Pe baza economiei deficitare din Europa de Est şi pe baza activității statale de compensare – unde partidele unice sunt parte a aparatului de stat – componentele modului de viață al tineretului au luat naştere în mod selectiv. Totul se derulează sub egida unui tineret dirijat de partid şi de stat.

Unul dintre simbolurile moratoriului bazat pe grija statului a fost căminul studențesc. În ceea ce priveşte modelul de tineret vest-european, începând cu anii '60, cazarea pentru elevi şi studenți a fost asigurată mai ales de sfera privată. Nu este întâmplător că protestele şi mişcările sociale au izbucnit în acele locuri de multe ori în jurul ocupării simbolice sau reale a spațiului locativ privat, consecință a moratoriului de tineret considerată ca fiind autonomă. Elevii şi studenții din Europa de Est au fost nevoiți să locuiască în primul rând în internate, care reprezintă o formă contingentă a locuirii în grup. Controlul exercitat de stat asupra tinerilor prin intermediul instituțiilor de învățământ se extinde şi asupra sferei private şi a timpului liber: *limitarea spațiului de referință al condițiilor de locuit la grupuri de status şi instituții particulare a împiedicat dezvoltarea unei sfere publice mai generale a tinerilor. Rezultatul: moratoriu de tineret în formă de cazarmă.* În cazul activităților de petrecere a timpului liber, modernizarea selectivă apărea în forma birocratică a sprijinirii tinerilor. De exemplu, organizațiile naționale de tineret, ca FDJ în RDG sau KISZ (UTC) în Ungaria, au *monopolizat* oferta şi serviciile destinate tineretului. Controlul politic şi economia de penurie au sprijinit autonomia şi cultura de fațadă a moratoriului de tineret. Ținând cont de modernizarea selectivă, diferențele între tinerii vest- şi est-europeni pot fi sintetizate conform schiței de mai jos:

Material cu drept de autor

Figura nr. 1. Evoluţia traiectoriilor de viaţă în Europa de Vest şi de Est. Moratoriul extins şi selectiv

Traiectoriile de statut care influenţează, determină experienţele de viaţă	ciclul şcolar al tinereţii; moratoriu extins; ciclul de viaţă al tinerilor din Europa de Vest	perioada de tranziţie a tinereţii; moratoriu selectiv; etapa de viaţă a tinereţii în Europa de Est
1. traiectoria spre statutul profesional	perioadă de educaţie deschisă şi mai puţin planificată; o trecere mai puţin reglementată în sistemul instituţional al muncii, incertitudinea traseului	o prelungire planificată şi limitată a perioadei de educaţie; trecere planificată în sistemul instituţional al muncii, traseu delimitat
2. traiectoria spre statutul de familist	desprinderea timpurie de casa părintească; întemeierea târzie a propriei familii; experimentarea timpurie a sexului şi a legăturii de cuplu (singurătate socială)	desprinderea timpurie de casa părintească; întemeierea timpurie a propriei familii; control familial datorită condiţiilor locative limitate
3. traiectoria spre statutul civic	infrastructura asigurată de piaţă şi industrie; tineret consumator activ; control indirect	infrastructură asigurată prin intervenţia statului (a partidului); tineret al statului (al partidului); control direct

Accelerarea ciclului de viaţă al tineretului şi tinerii maghiari

Teza de la care pornim în analiza situaţiei tinerilor maghiari din Transilvania este că în anii '90, după prăbuşirea comunismului, tinerii au trecut de la periferie în centru. Acest lucru înseamnă că atât asupra tinerilor maghiari, cât şi asupra celor români, asemenea tinerilor din Europa Occidentală, cad greutăţi şi presiuni multiple: de la şomaj până la competiţia şcolară, de la independenţa timpurie, de la devenirea ca actor pe piaţă până la utilizarea tehnicilor de eliminare şi eliberare a tensiunii

Material cu drept de autor

şi a stresului. Pentru tinerii est-europeni pătrunderea în centru reprezintă şanse crescute în competiţia din ce în ce mai puternică, dar înainte de toate, nevoia de a răspunde unor provocări similare cu cele ale tinerilor vest-europeni.

Şi în analiza tinerilor maghiari minoritari vom porni de la relaţia dintre transformarea socială şi schimbările petrecute în ciclul de viaţă al tineretului. Ocupându-ne de problematica tineretului, în cazul Ungariei vom constata că în anii '80 trecerea la perioada de tinereţe a fost întârziată. Acest fapt a avut mai multe cauze. Expansiunea educaţiei nu s-a produs până în momentul schimbării de regim, în lipsa pieţei nu s-a dezvoltat acel mediu social care pune accent pe consum şi necesită o media liberă şi axată pe tineret. În pofida acestora, a fost vizibilă independenţa timpurie a tinerilor şi schimbarea sistemului cultural, însă schimbarea esenţială nu s-a produs, a rămas acea prăpastie între grupurile de elită ale tinerilor şi majoritatea tinerilor, atât în privinţa şanselor, cât şi a orientării valorice. În anii '90 am văzut în Ungaria că, odată cu edificarea relaţiilor democratice şi a sistemului de piaţă, s-a accelerat perioada de trecere la tinereţe, fapt care a comportat pentru tineri atât avantaje, cât şi dezavantaje. În anii '90, odată cu dezvoltarea pieţei şi expansiunea educaţiei, se dezvoltă statutul de consumator şi de comunicare a tinerilor. Cercetarea din Ungaria TINERET 2000 a arătat că trecerea de la o etapă la alta consemnează mari diferenţe pe grupe de vârstă: mai mult de 10% dintre cei între 25 şi 29 de ani au terminat doar 8 clase, adică au absolvit timpuriu şcoala şi s-au angajat devreme, lor fiindu-le specifică atât căsătoria timpurie, cât şi apariţia în familie a copiilor. În contrast cu aceştia, celor cu vârstă între 20 şi 24 de ani le este caracteristică prelungirea perioadei de studiu şi întârzierea căsătoriei şi a naşterii copiilor.

Începe „slalomul" între lumea şcolii şi cea a muncii: aceste două momente ale vieţii adesea îşi schimbă reciproc locul, se întrepătrund şi se intersectează. TINERET 2000 a atras atenţia asupra faptului că s-a accelerat individualizarea tineretului, a crescut numărul şi varietatea carierelor educaţionale şi a celor profesionale, opţiunile în alegerea locului de muncă şi a familiei; totodată s-au menţinut inegalităţile de origine, cele teritorial-regionale, de şcolarizare şi de gen. În consecinţă, multipla traiectorie personală de viaţă s-a integrat în sistemul de inegalitate socială.

Pentru a interpreta trecerea din centru la periferie a tinerilor maghiari din Ungaria şi a tinerilor maghiari minoritari trebuie să luăm în considerare scenariile de schimbare a perioadei de tinereţe – scenariile privind

Material cu drept de autor

şomajul şi timpul liber, respectiv în ce măsură s-au împlinit aceste scenarii, mai exact cât de dominant este fiecare în perioada tranziției. Scenariul şomajului a fost formulat de Chisholm în urma analizei societății britanice din anii '70. În acest scenariu se menține modelul „celor două societăți" care presupune existența unei rezerve elastice a forței de muncă, rezervă formată din persoane defavorizate ce reprezintă sectorul secundar al pieței forței de muncă. Riscurile sociale care se leagă de acesta sunt evidente. Posibilitatea mişcărilor de tineret este doar una dintre acestea; legătura cu tulburările etnice are consecințe explozive, deoarece tinerii minorităților etnice/rasiale sunt din ce în ce mai predispuşi să pună pe seama rasismului instituționalizat propria lor situație nefavorabilă. Celălalt scenariu, al creşterii timpului liber, ar şterge stigmatizările de pe fruntea celor neocupați, care ar reprezenta baza unei noi clase a „loisirului". Mişcarea acesteia către scenariul muncii conduce la creşterea rolului educației şi în rândul tinerilor din clasa de mijloc (Chisholm 1992).

În transformarea societăților est-europene din zilele noastre se regăsesc ambele scenarii referitoare la tineri. Întrebarea este deosebit de actuală în societățile est-europene unde în ultimele patru decenii societățile industriale au urmat societățile industriale vest-europene în aşa fel încât în organizarea societății au fost nevoite să urmeze modele est-europene. Mai precis: moştenirea istorică a diferitelor societăți joacă un rol important în explicarea inegalităților sociale.

Tradițiile şi încetinirea ciclului de viață a tineretului: tinerii maghiari din România

Concluziile mai multor cercetări[3] efectuate între anii 1997 şi 2008 relevă faptul că elementele culturale, respectiv de civilizație joacă un rol foarte important în privința diferențelor. Acest lucru reiese clar din faptul

3 Am efectuat cercetări în rândul tinerilor din învățământ din Cluj şi Odorheiu Secuiesc în 1997, în rândul liceenilor din Transilvania în 1999 (Veres coord. 2000), am desfăşurat o anchetă sociologică pe un eşantion de 2700 de persoane reprezentativ pentru Transilvania (Mozaik 2001, vezi Gábor-Veres coord. 2005), o anchetă sociologică pe un eşantion reprezentativ de 600 de persoane în rândul studenților de la Universitatea „Babeş-Bolyai" din Cluj-Napoca (Veres et al. 2007).

Material cu drept de autor

că, pe de o parte, încă în 1997 în rândul tinerilor din Cluj şi din Odorheiu Secuiesc religiozitatea dobândeşte un rol foarte pronunţat în comparaţie cu tinerii din Ungaria. Pe de altă parte, în ciuda diferenţelor mari în privinţa originii, de regulă sistemul de valori şi norme tradiţionale are un rol accentuat atât în cazul tinerilor din Cluj, cât şi în cazul tinerilor din Odorheiu Secuiesc, atributul proiectului de viaţă este cel tradiţional (durată scurtată a tinereţii bazată pe o independenţă târzie), în care diferenţele de gen au un rol definitoriu (familiile propun fetelor şi băieţilor drumuri de viaţă diferite). Este vizibilă planificarea traiectoriei de viaţă bazată pe „etica protestantă" şi, după cum am menţionat mai sus, doar grupurile care aparţin elitei fac notă discordantă în raport cu această planificare de viaţă tradiţională. Grupurile de elită îşi planifică un ciclu de tinereţe mai lung; membrii acestora sunt cei care îşi fac proiecte şi se gândesc la o tinereţe mai lungă. Putem afirma că transformarea, care în această fază comportă un reviriment al tradiţiilor culturale şi istorice în rândul tinerilor clujeni şi din Odorheiu Secuiesc, încetineşte tranziţia de la un ciclu de viaţă la altul, mai exact aşează tinerii pe o traiectorie contrară celei din Ungaria. Acest lucru înseamnă că elementele care se leagă de trecerea la ciclul de tinereţe se integrează mai puţin în planurile de viaţă (acest lucru este de înţeles dintr-un anumit punct de vedere: sistemul educaţional încă nu s-a reconstruit, sistemul de redistribuire a continuat într-un oarecare sens) şi produce efecte doar raportat la anumite „clivaje".

În primul rând în preluarea formelor agresive şi deviante ale culturii de consum a tineretului (mai cu seamă la Odorheiu Secuiesc); cu alte cuvinte, creşterea în rândul tinerilor a rolului prejudecăţilor, al consumului de droguri şi preluarea modelelor de consum are loc în pofida tradiţiilor. Preluarea nu produce o formă „pură", ci în multe cazuri se amestecă cu modelele tradiţionale. De exemplu, în cazul tinerilor din Odorheiu Secuiesc atitudinile învăţate în mod tradiţional (relaţiile româno-maghiare) şi modelele agresive ale culturii tineretului joacă deopotrivă un rol important în privinţa prejudecăţilor.

Această situaţie hibridă este indicată şi de faptul că juventocentrismul este foarte slab mai cu seamă în rândul tinerilor din Odorheiu Secuiesc. (Juventocentrismul măsoară relaţia tinerilor cu adulţii, gradul în care ei se împotrivesc instituţiilor societăţii adulte în condiţiile independenţei tinerilor. Vom numi juventocentrişti tinerii care intră în conflict cu societatea adultă, cu instituţiile acesteia, respectiv tinerii pentru care

Material cu drept de autor

creşte rolul grupurilor de vârstă similară.) Juventocentrismul este un instrument foarte important pentru măsurarea identităţii de tânăr.

Accelerarea ciclului de viaţă al tineretului (tinerii români)

A fost vizibil încă din 1997 că în cazul tinerilor români clujeni, în special al studenţilor, se conturează o altă imagine. Vom evidenţia doi factori: rolul determinant al diferenţelor de origine este tipic tinerilor români în egală măsură cum este tipic tinerilor maghiari, însă acestea produc un efect mai scăzut.

Când utilizăm conceptul de statut de tânăr pornim de la faptul că modelele de acţiune şi orientările valorice ale tinerilor nu pot fi surprinse doar în contextul statutului social al părinţilor, respectiv în cel al statutului şcolii. Schimbarea care s-a produs în rândul tinerilor până la mijlocul anilor '90 este strâns legată de faptul că rolul de control al familiei şi al şcolii a scăzut, printre altele ca urmare a lărgirii statutului de elev sau student (tinerii pleacă mai devreme din familie). Acest lucru este corelat şi cu faptul că în şcoli atenţia este concentrată mai degrabă pe învăţare, rolul educaţiei trecând pe plan secundar. În schimb timpul petrecut la şcoală a dus la creşterea relativă a autonomiei tinerilor şi o mare parte a activităţilor lor, mai cu seamă a activităţilor de petrecere a timpului liber, au ieşit de sub controlul familiei, respectiv al şcolii. În formarea statutului de tânăr un rol important este jucat de faptul că tinerii devin ţinte din ce în ce mai importante ale industriei de consum şi ale comunicării în masă şi se constituie în factori importanţi de transmitere a modelelor. Factorii civilizatori tradiţionali, respectiv culturali joacă pentru tineri un rol de transmitere a modelului; pentru societatea adultă joacă un rol de control indirect.

La prima vedere, se pare că şi în cazul tinerilor români din Transilvania religiozitatea joacă un rol însemnat. În ceea ce priveşte orientarea valorică sau planurile de viaţă, cercetările noastre arată că tinerii români se află mai aproape de tinerii maghiari din Ungaria decât de tinerii maghiari din România; altfel spus, în rândul tinerilor români se produce o modernizare foarte puternică. Acest proces poate fi numit modernizare

Material cu drept de autor

accelerată/hibridă. (Printre altele şi pentru că tradiționalul este prezent ca aparență – de exemplu religiozitatea –, dar influențează mai puțin planurile de viață a tinerilor. Dacă analizăm modelele culturale şi comportamentale ale tinerilor, constatăm că juventocentrismul are o influență foarte mare în rândul tinerilor români din Transilvania; cu alte cuvinte, tinerii români se confruntă mai intens cu sistemul instituțional al societății adulte, cu propria familie şi conferă un rol mai mare grupurilor de vârstă similară decât tinerii maghiari din România. În cazul grupurilor de tineri este determinantă urmărirea modelelor de consum şi de antreprenor. Însă dacă analizăm în ce măsură apare acest lucru în planurile lor de viață, vom constata că acesta se realizează în primul rând în raport cu independența individului [experiență sexuală timpurie, a merge singur la distracție], adică însuşi juventocentrismul reprezintă individualizarea accelerată de la începutul perioadei tinereții, dar nu se realizează în prelungirea perioadei de tinerețe, iar absolvirea târzie a şcolii, angajarea târzie în câmpul muncii şi căsătoria târzie sunt practici limitate la o categorie restrânsă de elite). În acest caz avem de-a face cu o situație mai contradictorie, amestecată în comparație cu regiunile dezvoltate ale Ungariei (de exemplu cazul Győr).

Aşadar, cea mai importantă diferență dintre tinerii maghiari din România şi cei români este că în cazul tinerilor români se produce o individualizare foarte puternică; transformarea a pus sub semnul întrebării tradițiile mai ales la tinerii români. Ei încearcă să urmeze modelul occidental prin crearea unei identități tinere proprii. La polul opus, în cazul tinerilor maghiari din Odorheiu Secuiesc se reînnoiesc tradițiile preluate din trecutul precomunist; ei încearcă să confrunte schimbarea socială în conformitate cu aceste tradiții.

Direcții noi, convergență[4]

Cercetarea noastră din 2001, MOZAIK 2001, a analizat în context central-european, mai exact în cel al bazinului carpatic, situația tinerilor maghiari (minoritari) şi a celor români şi slovaci (majoritari). Cercetările au arătat că planul de viață al tinerilor este determinat în mai mare

4 Partea finală a studiului a fost redactată de Veres Valér după decesul din 2009 al lui Gábor Kálmán.

Material cu drept de autor

măsură pe de o parte de situaţia socioeconomică generală a regiunii, pe de altă parte de stratificarea societăţii din interiorul regiunii. În rândul tinerilor din regiunile aflate într-o situaţie mai bună – fie ei maghiari sau majoritari – putem constata semnele prelungirii perioadei tinereţii şi expansiunea educaţiei. Aceste schimbări contribuie şi la extinderea sistemului de valori postmateriale ca fundal al celei de-a doua tranziţii demografice din teoria lui Van de Kaa, care mai apoi joacă un rol în planificarea familială şi în disponibilitatea de a avea copii. Schimbările din Europa Centrală şi de Est cu privire la planificarea familială, copii şi creşterea vârstei la prima căsătorie pot fi observate în primul rând în regiunile „câştigătoare", mai dezvoltate economic, mai cu seamă la tinerii slovaci din regiunea sud-vestică, a căror majoritate locuieşte în Bratislava prosperă şi în vecinătatea ei şi nu în regiunile „perdante" ale schimbării de regim. În spatele particularităţilor regionale se pot observa diferenţe substanţiale de modernizare care s-au dezvoltat pe o perioadă mai lungă de timp.

În privinţa planurilor de viaţă ale tinerilor, originea socială articulează în mod substanţial strategiile de viitor ale acestora. Mai cu seamă în regiunile urbanizate, cum ar fi zonele de vest şi de sud ale Transilvaniei (Cluj-Napoca, Braşov, Sibiu), respectiv în Slovacia de Sud-Vest se poate constata o mai mare diferenţiere în funcţie de originea socială. Din perspectiva planurilor de viaţă pot fi delimitate diferite grupuri de tineri, care într-o anumită măsură se potrivesc cu obiceiurile specifice de clasă şi cu ideologiile tineretului observate de Zinnecker în Germania (Zinnecker 1993). Tinerii de „elită" care provin din cele mai bune medii economice şi culturale au ales calea antreprenorilor, specifică facţiunilor de clasă economică, facţiunile de clasă culturală. Au ales să-şi continue studiile sau un stil de viaţă independent, mai abstract, care reprezintă independenţa tinereţii, adică exprimă schimbarea ciclului de viaţă al tineretului. În Secuime şi în Ucraina Carpatică, acestea fiind regiuni preponderent rurale şi cu aşezări urbane mici, aceste schimbări sunt mai puţin vizibile, dar şi aici în rândul tinerilor din oraşe se pot observa semnele acestora.

Nu poate fi considerată o particularitate etnoculturală, dar se poate observa că încă din 2001 intenţia tinerilor ardeleni de a pleca la muncă în străinătate este foarte mare: fiecare al doilea tânăr s-ar stabili în străinătate. Principala cauză a acestui fenomen constă în faptul că o bună parte a tineretului, pe lângă transformarea atitudinilor legate de expansiunea educaţiei şi de întemeierea familiei, se confruntă şi cu posibilităţi

Material cu drept de autor

materiale reduse, astfel că va încerca să-şi materializeze proiectele de viitor „exigente" în raport cu condiţiile existente. Această forţă coercitivă poate fi observată şi în alte părţi ale Europei Centrale, însă într-o măsură mai mică. În acea perioadă (2000-2002) tinerii încă nu se puteau angaja legal în Uniunea Europeană, astfel că, din cauze cultural-lingvistice, oportunităţile de angajare în străinătate au fost mai accesibile în Ungaria vecină pentru tinerii maghiari din Transilvania decât pentru tinerii români. Aşadar, în concordanţă cu trendurile anterioare, mult mai mulţi maghiari au emigrat în perioada respectivă.

După ridicarea obligativităţii vizelor Schengen, acest trend cunoaşte o egalizare treptată, deoarece tinerii români emigrează în masă mai cu seamă în Italia şi în Spania, dar şi tinerii maghiari din România se îndreaptă într-acolo într-o mai mare măsură.

Aderarea României la Uniunea Europeană în 2007 a reprezentat un nou impuls în ceea ce priveşte planurile de viaţă atât ale tinerilor români, cât şi ale tinerilor maghiari din România. De fapt, această schimbare puternică se poate observa încă din momentul accelerării procesului de aderare, din anul 2002. Cercetarea din 2006 asupra studenţilor clujeni a arătat că tinerii elitei şi ai clasei de mijloc s-au individualizat puternic, situaţia lor materială s-a îmbunătăţit, planurile lor de viaţă s-au extins în spaţiu; în materializarea proiectelor lor de viaţă ei se raportează la Uniunea Europeană. Totodată au crescut şi inegalităţile sociale. Planurile de viaţă ale tinerilor se diferenţiază puternic în funcţie de originea socială. Tinerii din clasa de mijloc şi din clasa de sus îşi planifică perioada de tinereţe ca fiind de lungă durată; totodată ei sunt aceia care ţintesc cele mai înalte grade ale diplomelor din sistemul educaţional, cum ar fi doctoratul. Începând cu anul 2000 a avut loc în România expansiunea educaţiei, care a atins şi tinerii maghiari din România.

La Universitatea „Babeş–Bolyai" studiază tineri maghiari în aceeaşi proporţie cu ponderea maghiarilor în populaţia adultă a Transilvaniei (19%). Însă se poate constata o stratificare şi din perspectiva instituţiilor de învăţământ superior pe care le aleg tinerii. La cea mai prestigioasă universitate din Transilvania, Universitatea „Babeş–Bolyai", copiii muncitorilor şi ai agricultorilor intră în proporţie foarte mică, majoritatea covârşitoare a studenţilor fiind alcătuită din copiii intelectualilor, ai elitei conducătoare. Copiii persoanelor cu un statut social mai scăzut studiază în proporţii mai mari la universităţile noi din provincie, această diferenţiere fiind mai pregnantă în rândul tinerilor români din Transilvania.

Material cu drept de autor

Ca urmare a expansiunii educației se schimbă şi şansele de mobilitate, acestea fiind legate nu doar de nivelul învățământului, ci şi de prestigiul instituției de învățământ superior, în parte fiind necesară obținerea masteratului sau a doctoratului (care se pot obține doar la universități mai mari, de prestigiu). Există diferențe şi sub aspectul orientării profesionale a tinerilor cu origini diferite. În această privință este mai pregnantă diferența dintre opțiunile factiunilor de clasă economică şi culturală, fapt ce arată că, pe fondul dezvoltării şi al funcționării economiei de piață, au câştig de cauză opțiunile de alegere a carierei observate de către Bourdieu la tinerii vest-europeni (Veres 2009).

Se poate constata că în sistemul de valori al tinerilor români şi maghiari ardeleni există mici diferențe față de acum zece ani. Valorile postmateriale capătă un rol mai accentuat, potrivit cercetării din 2006. În ceea ce priveşte cele mai importante valori legate de aderarea la UE, pentru studenții de la UBB acestea au fost libertatea de circulație, urmată la mare distanță de bunăstarea economică, democrația şi multiculturalitatea. Rămân pe mai departe şi diferențe legate de valori ca toleranța, multilingvismul şi protecția minorităților, care sunt mult mai importante pentru studenții maghiari decât pentru tinerii români (Veres et alii, 2007).

Bibliografie

BOURDIEU, Pierre

1984 *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.* Routledge & Kegan Paul, London.

1997 Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: ANGELUSZ Róbert (coord.): *A társadalmi rétegződés komponensei. Válogatott tanulmányok.* Új Mandátum, Budapest, 156-177.

CHISHOLM, Lynne

1992 Élesebb lencse vagy új kamera? Ifjúságkutatás, ifjúság és társadalmi változás Nagy-Britanniában. A kutatás jelenlegi állása és megalapozott feltételezések a gyermekkorról és az ifjúságról. In: GÁBOR Kálmán (coord.): *Civilizációs korszakváltás és az ifjúság. A kelet- és nyugat-európai ifjúság kulturális mintái.* Szeged.

GERSCHENKRON, Alexander

1984 *A gazdasági elmaradottság történelmi távlatból.* Gondolat, Budapest.

Material cu drept de autor

HANKISS Elemér – MANCHIN Róbert – FÜSTÖS László – SZAKLONCZAI Árpád
1982 *Kényszerpályán? A magyar társadalom értékrendjének változásai 1930 és 1980 között.* MTA Szociológiai Intézet, Budapest.
KEMÉNY István
1991 Két könyv egy kötésben. In: KEMÉNY István: *Közelről és távolból.* Gondolat Könyvkiadó, Budapest.
STUMPF István
1994 *Politikai szocializáció – generációs kihívás – választói magatartás.* Századvég Kiadó, Budapest.
SZELÉNYI Iván
1990 A kelet-európai új osztály stratégiai távlatai és korlátai: *Az értelmiség útja az osztályhatalomhoz* önkritikus felülvizsgálata. In: SZELÉNYI Iván *Új osztály, állam, politika.* Európa Kiadó, Budapest, 51–99.
1992 *Harmadik út? Polgárosodás a vidéki Magyarországon.* Akadémiai Kiadó, Budapest.
VERES Valér (coord.)
2000 *Nemzeti vagy nemzedéki integráció? Erdélyi középiskolások átalakulásban.* Új Mandátum–Limes, Budapest–Kolozsvár.
2009 Studenţii clasei de mijloc? Proveniența socială şi situaţia materială a studenţilor Universităţii Babeş–Bolyai din Cluj. *Revista română de sociologie* 5.
VERES Valér – KISS Zita – PLUGOR Réka – SZABÓ Júlia
2007 Értékorientációk és jövőstratégiák a kolozsvári egyetemi hallgatók körében az Európai Uniós csatlakozás kontextusában. *Új Ifjúsági Szemle* 2. 52–66.
WALLERSTEIN, Immanuel
1983 *A modern világgazdasági rendszer kialakulása.* Gondolat, Budapest.
ZINNECKER, Jürgen
1992a A fiatalok a társadalmi osztályok terében. In: GÁBOR Kálmán (coord.): *Civilizációs korszakváltás és az ifjúság. A kelet- és nyugat-európai ifjúság kulturális mintái.* Szeged.
1992b Gyermekkor, ifjúság és szociokulturális változások a Német Szövetségi Köztársaságban. In: GÁBOR Kálmán (coord.): *Civilizációs korszakváltás és az ifjúság. A kelet- és nyugat-európai ifjúság kulturális mintái.* Szeged.

Material cu drept de autor

Gina ANGHELESCU

Cadrul general de viață al tinerilor din România

În structura demografică a României tinerii (15–34 ani) reprezintă 30%, cu 9% mai puțin decât adulții (35–64 ani) şi 15% mai mult decât copiii (0–14 ani) şi bătrânii (65 de ani şi peste).[1] Dacă avem în vedere faptul că, în 1990, ponderea copiilor în totalul populației reprezenta 25%, atunci în proiecțiile privind înlocuirea generațiilor avem de luat în considerare premisa de îmbătrânire a populației, aspect pentru care în Europa există deja preocupări serioase. Atât soldul natural, cât şi cel migratoriu au avut în anii 2004–2006 valori negative, iar în 2007 valoarea indicelui de creştere/scădere a populației a fost de –36,5 mii de persoane. În județele din sudul şi vestul țării (în special Olt, Teleorman şi Hunedoara) au fost înregistrate cele mai mari scăderi, dar ponderea populației de 15-64 de ani este încă ridicată în județele dezvoltate din punct de vedere economic din regiunile Vest, Nord-Vest, Centru, cu valori maxime (73%) în București şi județul Braşov. Conform proiecțiilor INS, în varianta optimistă, populația țării se va reduce până în 2050 cu 3,6 milioane şi, în varianta pesimistă, cu 6,5 milioane.[2]

În 2004, aportul fiecărei regiuni la totalul populației de tineri varia între 8,7% (în Vest) şi 17.6% (în Nord-Est). În Sud-Muntenia era puțin mai ridicată ponderea tinerilor de 30-34 de ani, în București cea de 25–29 de ani, în Nord-Vest cea a tinerilor de 20–24 de ani şi în Nord-Est cea a

1 Datele sunt cele publicate de Institutul Național de Statistică raportat la 2008, însă, în funcție de accesul pe care l-am avut la anumite tipuri de informații, voi prezenta şi date extrase din Anuarul Statistic 2005, valabile pentru anul 2004.

2 Institutul Național de Statistică (2008). Proiectarea populației României în profil teritorial până în anul 2050.

Material cu drept de autor

tinerilor de 15–19 de ani. Ponderea tinerilor din urban era de 58% şi cea a tinerilor din rural de 42%. În urban este puțin mai mare ponderea tinerilor de 20–24 de ani şi în rural a celor de 30-34 de ani.

Nivelul de trai din România este caracterizat prin inegalitate. De exemplu, aportul cumulat al primelor trei categorii cu cele mai sărace gospodării nu contrabalansează faptul că gospodăriile cu veniturile cele mai mari beneficiază de 21,9% din veniturile totale ale tuturor gospodăriilor.[3] Este de menționat că 81%, 76% şi, respectiv, 65% din gospodăriile care aparțin primei, celei de a doua şi celei de a treia categorii sunt situate în mediul rural, iar peste 50% dintre persoanele care compun aceste categorii trăiesc în gospodării unde capul de familie este pensionar sau agricultor. Există o diferență semnificativă între veniturile totale medii ale unei gospodării din urban şi ale uneia din rural: 672 lei/gospodărie; şi, de asemenea, între Bucureşti (2845.5 lei/gospodărie) şi restul regiunilor. Însă diferențele sunt reduse între regiunea care se află pe locul 2 (Nord-Vest: 2193.7 lei/gospodărie) şi cea din urmă (Nord-Est: 1911.2 lei/gospodărie)

Distribuția gospodăriilor din fiecare regiune în funcție de statutul ocupațional al capului de familie este, de asemenea, un criteriu de diferențiere: pentru gospodăriile de salariați ponderea cea mai ridicată este în Bucureşti (54.6%), pentru cele de pensionari în Sud-Muntenia şi Sud-Vest Oltenia, pentru cele în care capul de familie este şomer ponderea cea mai ridicată este în Sud-Est şi Centru, pentru cele de agricultori şi cele de lucrători pe cont propriu în Nord-Est.

Dacă aceasta este situația în ceea ce priveşte veniturile gospodăriilor din România, să vedem cum se reflectă în totalul cheltuielilor (obligatorii sau nu): în doar 58% din totalul gospodăriilor a existat aprecierea că se poate face față cheltuielilor cu veniturile de care dispun; dintre acestea, în doar 35% a existat posibilitatea cumpărării de haine noi şi în doar 20% a fost posibil să se petreacă o săptămână de concediu în afara locuinței (raportat la totalul gospodăriilor aceste ponderi ar fi mult mai mici). Ponderea gospodăriilor care au apelat la împrumuturi (de la rude/prieteni) pentru a face față cheltuielilor curente a fost de 24% (35% în cazul gospodăriilor de şomeri), iar a celor care au primit ajutor financiar de la rude/prieteni, fără obligația de restituire, a fost de 15%. S-a muncit su-

3 Institutul Național de Statistică (2008). Coordonate ale nivelului de trai în România.

Material cu drept de autor

plimentar pentru a face față cheltuielilor curente în 14% din gospodării (proporția fiind mai mare în cazul gospodăriilor de agricultori: 32,4% și de lucrători pe cont propriu: 31,4%). Dacă veniturile totale reale medii lunare pe o gospodărie au crescut cu 17% față de 2007 (24% în cazul pensionarilor, 15% în cazul agricultorilor, 12% în cazul salariaților, 10% în cel al lucrătorilor pe cont propriu și 6% în cazul șomerilor), întrebarea este: cu cât ar trebui să crească puterea de cumpărare pentru ca astfel de situații să se estompeze? Cert este că, în 2008, produsul intern brut pe locuitor, raportat la puterea de cumpărare standard, reprezenta 45.8% din media la nivelul Uniunii Europene (conform Eurostat).

Din punct de vedere al poziției pe piața muncii și raportat la grupele de vârstă care ne interesează, persoanele care desfășurau în 2006 o activitate economică reprezentau 59% din totalul persoanelor de 15-64 ani, 24% din totalul persoanelor de 15-24 ani și 73% din totalul tinerilor de 25-34 ani. Ponderea șomerilor era de 4.8% în totalul populației active, 6.5% în totalul tinerilor de 15-24 ani și 6.1% în totalul tinerilor de 25-34 ani. Din totalul populației civile ocupate (8469 mii), 1499 mii lucrau în sectorul de stat și 6970 mii lucrau în sectorul privat.[4] Conform altei surse de date și raportat la anul 2008, 31% din totalul populației active lucra la stat și 69% lucra în sectorul privat, iar 20% din tinerii de 18-35 ani lucrau în sectorul de stat și 80% în cel privat.[5]

În aceste coordonate ale cadrului economic național vom comparăm rezultatele unor anchete realizate folosind fie un eșantion reprezentativ pentru populația adultă (18 ani și peste) din urban (anul 2008) și rural (anul 2005), fie un eșantion reprezentativ pentru tinerii (14-35 ani) din România (2008) sau pentru tinerii din mediul rural (2008): astfel, la nivelul întregii populații adulte, ponderea celor care au declarat că sunt mulțumiți de felul în care trăiesc era de 33% în urban și 26% în rural.[6] Ponderea celor din urban care au considerat că veniturile reprezintă principala problemă fie a familiei, fie a lor era de 50%, respectiv 32%. În aprecierea veniturilor avem situația următoare: au declarat că veniturile nu le ajung nici pentru strictul necesar 37% din persoanele de peste 18 ani din Ro-

4 INS. Anuarul Statistic 2007.

5 M. Comșa, C. Rughiniș. C. Tufiș (2008) *Atitudini față de muncă în România.* Fundația pentru o Societate Deschisă.

6 Dumitru Sandu (coord.) *Eurobarometrul Rural.* Fundația pentru o Societate Deschisă, 2005.
Dumitru Sandu (coord.) *România Urbană.* Fundația pentru o Societate Deschisă, 2008.

Material cu drept de autor

mânia urbană, 31% din persoanele de peste 18 ani din România rurală şi ... 9% din tinerii din România; au declarat că veniturile le ajung pentru un trai decent 17% din persoanele adulte din România urbană, 23% din persoanele adulte din România rurală şi 39% din tinerii din România.[7] Adăugăm că 44% dintre tinerii din România sunt mulţumiţi (cel puţin la nivel declarativ) de veniturile pe care le obţin şi că 31% dintre tinerii din rural sunt mulţumiţi de veniturile lor şi ale familiei.[8]

În ceea ce priveşte posibilităţile de participare civică, ideea că oamenii de rând pot influenţa hotărârile importante care sunt luate pentru localitatea de rezidenţă şi pentru întreaga ţară era susţinută de 21%, respectiv 19% din persoanele adulte din urban şi de 12%, respectiv 9% din tinerii din România. Interesul pentru viaţa politică din localitate şi pentru cea naţională era menţionat de 22%, respectiv 28% din persoanele adulte din urban, de 11% dintre tineri din România şi de 18%, respectiv 15% dintre tinerii din rural. Adaug că 28% din populaţia adultă din urban a României susţinea unul dintre partidele politice şi că 24% dintre tinerii din România, respectiv 20% dintre tinerii din rural au considerat că în România există un partid care le apără interesele.

Tendinţele de dezvoltare în care România este implicată, suportul pentru democraţie şi economia de piaţă, reconfigurarea valorilor constituie aspecte care implică în maniere diferite vârsta. De exemplu, suportul pentru democraţie depinde de venituri, dar nu şi de gen, vârstă, educaţie. Acest prim nivel de uniformizare se reduce când avem în atenţie suportul pentru economia de piaţă: apar determinanţii de gen, de educaţie, de mediu de rezidenţă, dar nu şi de vârstă (C. Tufiş 2007: 49 şi 58). Însă reconfigurarea valorilor rămâne o chestiune în care vârsta este un criteriu diferenţiator, alături de educaţie şi mărimea localităţii de rezidenţă, în condiţiile în care România este mai degrabă o ţară modernistă, decât postmodernistă (B. Voicu 2007).

Am prezentat o Românie a diferenţelor din punctul de vedere al inegalităţii veniturilor în urban şi rural şi între regiuni, sau al ocupaţiilor care, din cauza nivelului de dezvoltare structurală, nu sunt profitabile şi împing spre sărăcie. Polarizarea socială este un fenomen la care asistăm de nişte ani buni şi care va trebui să fie luat în seamă dincolo de orice ideologie sau interes de moment. Tinerii din România trăiesc între aceste lumi şi în fiecare dintre ele. În acest volum cu siguranţă vor exista

7 Barometrul Tineret, 2008, ANSIT.
8 Barometrul Tinerii din Mediul Rural – nevoi şi aşteptări specifice, 2008, ANSIT.

Material cu drept de autor

lămuriri despre aspectele principale ale vieții tinerilor. Însă nu pot să nu observ optimismul cu care ei, spre deosebire de adulți, au apreciat veniturile în raport cu necesitățile, pesimismul în ceea ce privește posibilitatea de a interveni în spațiul public, (dez)interesul pentru politică și, mai ales, discrepanța între aceste atitudini și ideea că există un partid care le apără interesele.

Bibliografie

ANSIT
2008 *Barometrul Tineret.*
2008a *Barometrul Tinerii din Mediul Rural – nevoi și așteptări specifice.*
COMȘA, Mircea – RUGHINIȘ, Cosima – TUFIȘ, Claudiu
2008 *Atitudini față de muncă în România.* Fundația pentru o Societate Deschisă.
INS
2007 Anuarul Statistic
2008 *Coordonate ale nivelului de trai în România*
2008a *Proiectarea populației României în profil teritorial până în anul 2050*
SANDU, Dumitru (coord.)
2005 *Eurobarometrul Rural.* Fundația pentru o Societate Deschisă.
2008 *România Urbană.* Fundația pentru o Societate Deschisă.
TUFIȘ, Claudiu
2007 Tovarăși sau cetățeni? Suport pentru democrație și economia de piață. In: *Valori ale românilor 1993–2006.* Institutul European, București.
VOICU, Bogdan
2007 Între tradiție și modernitate? O dinamică a orientărilor de valoare în România. In: *Valori ale românilor 1993–2006.* Institutul European, București.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

VERES Valér

Situația tineretului pe piața forței de muncă, problemele caracteristice şi starea de spirit în spațiul social, pe categorii

Acest capitol oferă o analiză comparativă a situației sociale şi a stării de spirit a tineretului român şi a tineretului de etnie maghiară din România, conform poziției ocupate în structura societății. Prima parte a studiului examinează situația tineretului pe piața forței de muncă, distribuția, în funcție de statutul ocupațional, respectiv nivelul de înzestrare cu capitalul cultural dobândit. A doua parte oferă o comparație a situației sociale a tineretului conform unui indice bazat pe tipuri de capital social şi cultural. A treia parte a studiului analizează, pe baza contextului dat de stratificarea socială descrisă în cea de-a doua parte, starea de spirit şi percepția tinerilor în privința problemelor sociale.

Situația socioeconomică generală a unei țări determină şi delimitează standardele de viață, structura oportunităților şi starea de spirit în cazul tineretului. Totodată, stilul de viață al tineretului are propriile spații autonome. Cultura de consum caracteristică tineretului, răspândirea habitudinilor specifice tineretului sunt tendințe globale cu influențe similare asupra tineretului, indiferent de locul în care trăieşte.

Interpretând fenomenul globalizării, Ulrich Beck (2005) menționează conceptul de globalitate. Globalitatea denotă faptul că trăim de mult într-o societate globală, aşadar ideea de spații închise nu este decât o iluzie. Nici-o țară, niciun grup social nu se poate izola de celelalte, de ceilalți. Diversele forme economice, culturale, politice intră în coliziune. De ace-

Material cu drept de autor

ea legitimitatea lucrurilor de la sine înțelese sau chiar a modelului occidental trebuie reinterpretate. În această abordare „societatea globală" constituie totalitatea relațiilor sociale care nu pot fi integrate și nu pot fi definite la nivelul statului național (Beck 2005).

M. Castells (1996) oferă o abordare a globalizării din perspectiva teoriei rețelelor. Structura spațiului și a timpului social se schimbă radical în era informațională, spațiul social chiar dublându-se. Această dublare se leagă de apariția rețelelor globale. Cu toate că aceste rețele leagă de fapt puncte fizice, locații existente în realitate, legăturile create transformă aceste locații în altceva, iar locațiile rețelei nu au nevoie de contact real; mai mult, ele sunt caracterizate prin distanță geografică. Între locațiile rețelei, chiar în interiorul aceluiași oraș, se află așa-numitele „găuri negre" specifice capitalismului informațional. În opinia lui Castells, „găurile negre" informaționale constituie așa-numita *lume a patra*, lumea perdanților absoluți, a celor care nici măcar nu ajung să fie exploatați, ei rămânând pur și simplu disfuncționali pentru că societatea nu are nevoie de ei (Castells 1996).

Provocările sociale cu care se confruntă tineretul din România pe de o parte au apărut în urma globalizării și a trecerii de la semiperiferie în centru (vezi Gábor-Veres coord. 2005), iar pe de altă parte rezultă dintr-o moștenire istorică, din sistemul socioeconomic comunist și din transformarea echivocă a acestuia. Urmându-l pe Castells, trecerea în centru s-a produs în mod selectiv în cadrul societății, favorizându-i pe cei care beneficiază de pe urma societății informaționale, în timp ce grupurile rămase în afara acestui proces sunt izolate și situația lor se agravează.

Teoria vulnerabilității tineretului elaborată de către Furlong și alții – cea pe care se bazează și raportul intitulat Tendințe ale tineretului elaborat de Consiliului Europei – arată că vulnerabilitatea tineretului european depinde de poziția ocupată în structura socială. Vulnerabilitatea constă în posibilități sever limitate în privința obținerii unui loc de muncă sigur, a evoluției sociale și economice, respectiv a împlinirii personale. Conceptualizând vulnerabilitatea delimităm mai multe dimensiuni. Mai întâi, individul și diverse grupuri ale societății devin vulnerabile ca urmare a acțiunii simultane a unor factori subiectivi și obiectivi. În acest caz vulnerabilitatea se referă la capacitatea de reacție redusă a membrilor societății în fața variatelor provocări. Cealaltă dimensiune se leagă de sărăcie. Vulnerabilitatea în acest caz are de-a face cu răspunsurile culturale date la lipsa de surse, iar acestea, în special în cazul celor care se află în segmentele mai joase ale structurii sociale, agravează condițiile de viață nefavorabile. Cea de-a treia dimensiune a

Material cu drept de autor

vulnerabilității se referă la discriminare şi la situația minorităților. Minoritățile sexuale, etnice, lingvistico-culturale şi politice, fetele în condiții materiale precare, tinerii aparținând unor grupuri etnice defavorizate, tinerii imigranți sunt grupuri expuse pericolului discriminării, unele dintre acestea confruntându-se cu vulnerabilitate multiplă (Furlong et alii 2004: 185-189).

În contextul sistemului educațional şi al pieței forței de muncă autorii arată că în Europa Centrală şi de Est statul se implică direct în remedierea scăderii locurilor din învățământ, însă în majoritatea cazurilor fondurile alocate învățământului sunt insuficiente, ceea ce nu concordă cu posibilitățile de pe piața forței de muncă. În fiecare stat european putem identifica grupul tinerilor extrem de vulnerabili. Aceştia au posibilități limitate în găsirea unui loc de muncă, ceea ce poate avea efecte negative atât la nivel individual, cât şi la cel macro social (Furlong et alii 2004: 214-216).

Principala problemă analizată este stabilirea gradului de răspândire a vulnerabilității la tineretul din România, respectiv stabilirea măsurii în care vulnerabilitatea este specifică unor clase sociale. Presupunem că percepția problemelor depinde de apartenența de clasă. Tinerii aparținând straturilor superioare ale structurii sociale, integrați în societatea globală a rețelelor, resimt mai degrabă problemele aferente procesului de globalizare, iar pe măsură ce se realizează integrarea europeană, vulnerabilitatea acestui grup creşte. Problemele tinerilor aparținând grupurilor inferioare ale structurii sociale sunt locale, mai apropiate lumii găurilor negre creionată de către Castells; aceştia sunt mai degrabă amenințați de îndepărtarea de tendințele care asigură accesul stabil la piața forței de muncă şi la posibilități pentru un nivel de trai ridicat.

1. Activitate economică, ocupare

În momentul desfăşurării cercetării România cunoscuse o perioadă de creştere economică de 8 ani, GDP-ul României crescuse de peste trei ori chiar şi în euro, de la 40 miliarde euro în 2000 la 136 miliarde euro în 2008.[1] Această stare de fapt a influențat şi situația tinerilor pe piața forței de muncă.

O formă determinantă a perioadei de viață tinere este perioada tineretului postliceal. În această perioadă o parte a tinerilor se angajează deja pe piața for-

1 Calcul personal; pentru surse vezi www.insse.ro/Comunicate de presă, pentru cursuri valutare, www.bnr.ro/curs valutar.

Material cu drept de autor

ței de muncă, însă integrarea definitivă pe piața forței de muncă are loc doar după terminarea studiilor. Conform rezultatelor celor două cercetări asupra tineretului din România, 16,8% din populația cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani și 19,5% dintre tinerii maghiari din Transilvania studiază, restul având studiile deja încheiate în acest stadiu. Conform distribuției pe sexe, la nivel național din rândul băieților studiază 18% din ambele populații, iar în rândul fetelor există o diferență notabilă: în grupa de vârstă 18-35 ani doar 14,8% dintre femeile tinere din România studiază, în timp ce ponderea tinerelor maghiare din aceeași grupă de vârstă care studiază este de peste 20%.

Tabelul 1. Participarea în sistemul de învățământ, pe sexe, în procente

		Studiază	Și-au încheiat studiile
Bărbați	România	18,7	81,3
	Maghiari	18,3	81,7
Femei	România	14,8	85,2
	Maghiari	20,8	79,2
Total	**România**	**16,8**	**83,2**
	Maghiari	**19,5**	**80,5**

Cu toate că, în lumina rezultatelor, în România numărul femeilor tinere maghiare care studiază este peste media națională, această situație este destul de recentă. Dacă examinăm distribuția populației în funcție de cel mai înalt nivel de studiu încheiat, este evident faptul că media națională a celor cu studii superioare este de 28%, iar în rândul maghiarilor de doar 23%. În cazul maghiarilor există diferențe importante în ceea ce privește studiile anterioare: 20% dispun deja de diplomă de licență, ceea ce la nivel național este valabil doar pentru 9%. Acest lucru arată faptul că în cadrul populației maghiare din România există o caracteristică habituală proporțional mai răspândită față de nivelul național care ține spre prelungirea semnificativă a perioadei de studii. Acest lucru înseamnă totodată că proporția relativ mai mare a tinerilor maghiari cu studii nu va duce la creșterea proporției celor cu studii universitare. O altă caracteristică evidentă deja la nivelul rezultatelor recensământului din 2002 este dată de faptul că proporția celor cu studii medii este cu câteva procente mai ridicată în rândul tinerilor maghiari decât media națională (vezi tabelul nr. 2).

Material cu drept de autor

Tabelul 2. Distribuția tinerilor în funcție de nivelul de educație

		Școală generală sau mai puțin	Școală profesională	Studii medii	Studii superioare
Învață	România	16,9	0,6	73,5	9,0
	Maghiari	11,5	0,9	66,7	20,9
Studii încheiate	România	19,9	13,4	34,7	31,9
	Maghiari	24,6	13,2	38,5	23,7
Total	România	19,4	11,3	41,3	28,0
	Maghiari	22,1	10,8	44,0	23,1

În România 43% dintre tinerii din grupa de vârstă de 18-24 ani studiază. În rândul maghiarilor această proporție este cu 5% mai mare (48,4 %). 41,9% din tinerii cu studiile încheiate sunt activi pe piața forței de muncă (în cazul maghiarilor 35,3%), iar proporția șomerilor și a altor inactivi este similară în rândul celor două populații, în jurul valorii de 15-16% (vezi tabelul nr.3). În grupa de vârstă de 25-29 ani, proporția celor care studiază scade la 3%, în timp ce proporția celor activi pe piața forței de muncă este de 74%, respectiv 78%. Există însă diferențe în ceea ce privește proporția șomerilor și a celor inactivi, care la nivel național este de 22,3%, iar în rândul populației tinere maghiare, de 17,7%. În cazul grupei de vârstă de 30-35 ani, la nivel național nici măcar 1% nu mai studiază; în rândul maghiarilor 1% urmează studii. Proporția șomerilor și a inactivilor este de 16,8%, respectiv 21,2%. Proporția șomerilor și a inactivilor în grupa de vârstă de 18-35 ani este asemănătoare, 17,8% la nivel național și 18,4% în cazul maghiarilor.

Tabelul 3. Tinerii pe piața forței de muncă, pe grupe de vârstă

		Activitate		
		Elev/student	Activ pe piața muncii	Șomer, inactiv
18-24 ani	România	inactiv	41,9	15,1
	Maghiari	48,4	35,3	16,3
25-29 ani	România	3,1	74,7	22,3
	Maghiari	3,5	78,8	17,7

Material cu drept de autor

30-35 ani	România	0	83,2	16,8
	Maghiari	1,0	77,9	21,2
Total	România	16,9	65,4	17,8
	Maghiari	19,4	62,3	18,4

Din punctul de vedere al distribuției statutului ocupațional în rândul celor două populații, reiese că la nivel național 6% dintre tinerii între 18-35 ani sunt antreprenori, iar 11,4% sunt intelectuali sau licențiați care ocupă funcții de conducere. În cazul tinerilor maghiari din Transilvania acest procentaj este similar, nu există diferențe semnificative. Proporția la nivel național a funcționarilor și a celor din sectorul de servicii este de 27%, în rândul tinerilor maghiari această pondere este cu aproape 10% mai scăzută, adică 16,9%. Proporția națională a muncitorilor calificați și a tehnicienilor este de 15,3%; în cazul maghiarilor din Transilvania acest procent este mai ridicat, de 18,7%, în timp ce diferențe semnificative apar în cazul muncitorilor necalificați, al zilierilor și al gospodarilor, proporția lor la nivel național fiind de 3,4%, iar în cazul maghiarilor din Transilvania, de 9,9%.

Tabelul 4. Populația tânără în funcție de statutul ocupațional și sex

	Maghiari			**România**		
Statut ocupațional	**Bărbați**	**Femei**	**Total**	**Bărbați**	**Femei**	**Total**
Antreprenor, mic industriaș, firmă privată	8,6	2,2	5,5	7,3	4,7	6,0
Intelectual, conducător cu diplomă de licență	10,7	13,6	12,1	11,1	11,7	11,4
Funcționar, angajat în sectorul servicii	14,0	20,0	16,9	25,9	27,9	27,0
Muncitor calificat, tehnician	26,5	10,5	18,7	19,5	11,3	15,3
Muncitor necalificat, gospodar, zilier	12,8	6,7	9,9	4,0	2,8	3,4
Elev, student	18,2	18,8	18,5	20,6	15,4	17,9
Șomer, în căutarea unui loc de muncă	8,1	7,9	8,0	7,5	4,1	5,8
Casnică, altele	1,0	20,3	10,4	4,0	22,2	13,3

Material cu drept de autor

La nivel național constatăm diferențe în funcție de sexe pe de o parte în rândul antreprenorilor (7,3% dintre bărbați și doar 4,7% dintre femei aparțin acestui grup), pe de altă parte în rândul muncitorilor calificați (unde bărbații sunt reprezentați în proporție de 19%, în timp ce femeile doar în proporție de 11%). Femeile au un procent mult mai ridicat în rândul casnicilor și al inactivilor (22,2%, respectiv 4%).

Am examinat evaluarea subiectivă a situației tinerilor pe piața forței de muncă. Răspunsurile se referă la condițiile de muncă, la salarizare, la relații cu șeful și la posibilități de promovare. 47% dintre respondenții la nivel național consideră că au o slujbă bine plătită, 85% consideră că au condiții plăcute la locul de muncă, 62% au un loc de muncă stabil, 73% au posibilitatea să-și valorifice competențele, 50,3% au șanse de promovare, 59,8% consideră că inițiativele lor sunt luate în considerare, 14,5% au funcție de lider, iar 75,8% sunt mulțumiți de relația cu șefii. Răspunsurile date de tinerii maghiari din Transilvania nu diferă semnificativ de media pe țară, în afară de următoarele: 70% consideră că au un loc de muncă stabil, 65,7% consideră că inițiativele lor sunt luate în considerare, 21,1% au funcție de lider, iar 81,6 sunt mulțumiți de relația cu șefii. Am analizat dacă și în ce măsură maghiarii sunt mai mulțumiți de condițiile de muncă decât tinerii români din Transilvania. Răspunsurile românilor din Transilvania nu diferă semnificativ de media națională decât în ceea ce privește gradul de mulțumire legată de relația cu șefii. Cel mai înalt grad de mulțumire, de 81,5%, apare în Transilvania.

Tabelul 5. În ce măsură sunt adevărate următoarele în legătură cu locul dvs. de muncă?

Declarații	România		Transilvania		Maghiari	
	Da	Nu	Da	Nu	Da	Nu
1. Salariul meu este bun.	47,1	52,9	46,5	53,5	45	55
2. Lucrez în mediu plăcut, colegial.	85,1	14,9	85,4	14,6	86,6	13,4
3. Acesta este un loc de muncă stabil.	62,9	37,1	66,4	33,6	70,2	29,8
4. Îmi pot utiliza abilitățile, cunoștințele.	73,5	26,5	70,9	29,4	74,9	25,1
5. Am posibilități de avansare.	50,3	49,7	48,7	51,3	49,6	50,4

Material cu drept de autor

6. Inițiativele mele sunt luate în considerare.	59,8	40,2	60,3	39,7	65,7	34,3
7. Am funcție de lider.	14,5	85,5	15,7	84,3	21,1	78,9
8. Sunt mulțumit de relația mea cu șefii.	75,8	24,2	81,5	18,5	81,6	18,4

2. Capital cultural și stratificare

Capitalul cultural este una dintre dimensiunile prin care putem măsura statusul social. Capitalul cultural, în accepțiunea dată de Bourdieu, se măsoară, pe de o parte, prin capitalul instituționalizat (diplome ale sistemului de învățământ) (Bourdieu 1979, 1997). Însă indicatorul nu este suficient în cazul tinerilor, deoarece la elevi și studenți această situație nu este una „definitivă", respectiv cei care în prezent nu studiază se pot întoarce în învățământ, după cum s-a observat pentru alte părți ale regiunii (Gábor 2004). Prin urmare vom încerca o abordare din perspectiva formelor de consum cultural și a habitusului cultural. Consumul cultural în cazul tinerilor are mai multe dimensiuni. Pe lângă consumul culturii înalte în sensul dat de Bourdieu (Bourdieu 1997), habitusul cultural include și muzica ușoară, utilizarea internetului și cultura cluburilor.

Pentru măsurarea consumului cultural al tinerilor, utilizând analiza factorială, am alcătuit patru grupuri de consumatori. În cursul calculului, factorii păstrați în matricea factorială rotată explică 61,5% din varianța totală (valoare KMO 0,782). (1) Primul factor este cel al screenagerilor, cei care consumă cultura prin calculator și Internet, informându-se și comunicând prin acest mediu, acesta explicând 22,9% din variația totală. (2) Al doilea este grupul consumatorilor de cultură de club, grup ce conține 16,2% din varianța totală. (3) Al treilea grup este cel al consumatorilor de cultură înaltă (13% din varianța totală). Membrii acestui grup au bifat teatrul, opera, concertele și cinematograful, respectiv frecventarea concertelor de muzică modernă ca forme de consum cultural practicate. (4) În cele din urmă, al patrulea grup este constituit de cei care citesc literatură acasă; aceștia se izolează de restul și explică 9% din varianța totală (vezi tabelul nr. 6).

Material cu drept de autor

Tabelul 6. Cât de des optați în timpul liber să...? Factorii ponderați rotați ai răspunsurilor. România

Cât de des...	Factor*			
	Screeneger	Clubbing	Cultură înaltă	Lectură la domiciliu
...utilizați internetul	,810			
...utilizați calculatorul	,960			
....utilizați muzică, jocuri pe calculatoare	,702			
...faceți sport, depuneți efort fizic		,352		
...citiți literatură				,982
...mergeți la cinema			,776	
...mergeți la teatru, concert, spectacol de balet, concert de muzică clasică			,605	
...mergeți la concerte de muzică ușoară		,489	,403	
...frecventați cluburi, discoteci		,867		
...frecventați cafenele, baruri, terase?		,585		

*Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Utilizând aceeași procedură observăm că consumul cultural al tinerilor maghiari din Transilvania poate fi surprins în trei grupuri de practici de consum. Consumul cultural al maghiarilor este ușor diferit de cel al tinerilor din România din punct de vedere structural. Structura factorilor a fost optimă și în acest caz (valoare KMO 0,747). (1) Primul și cel mai important grup rămâne în continuare cel al screenagerilor. Acest factor explică 20,5% din varianța matricei factoriale rotate. (2) Acest prim grup este urmat de grupul consumatorilor de cultură înaltă. Din acest grup fac parte (în contrast cu populația majoritară) și cei care citesc literatură acasă (varianța explicată 19,7%). (3) Urmează grupul consumatorilor de

Material cu drept de autor

cultură de club şi de concerte de muzică modernă cu 17,5%. În total aceşti factori explică 62% din varianța totală (vezi structura factorilor în tabelul nr. 7).

Tabelul 7. Cât de des optați în timpul liber să...? Factorii ponderați rotați ai răspunsurilor. Comunitatea maghiarilor din România

Cât de des...	Factor*		
	Screenager	Cultură înaltă	Clubbing
...utilizați internetul	,796		
...utilizaţi calculatorul.	,922		
....utilizaţi muzică, jocuri pe calculatoare		,503	
...faceți sport, depuneți efort fizic		,556	,321
...citiți literatură		,853	
...mergeți la cinema		,364	,393
...mergeţi la teatru, concert, spectacol de balet, concert de muzică clasică			,797
...mergeţi la concerte de muzică uşoară			,608
...frecventați cluburile, discotecile	,796		
...frecventați cafenele, baruri, terase?	,922		

*Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

În funcție de statutul de angajat, cu ajutorul testului Anova am examinat caracteristicile valorilor medii şi dispersia factorilor. În cazul eşantionului național, valorile factorului Screenager sunt peste medie, fiind în jur de 0,4 în cazul grupurilor care nu au ocupație fizică şi la elevi şi studenți, şi având valoare negativă la muncitori şi şomeri. Cultura cluburilor are valori pozitive în cazul studenților şi al şomerilor, valorile cul-

Material cu drept de autor

turii înalte sunt relativ ridicate doar în cazul intelectualilor, cu valoarea aproximativă de 0,5, fiind pozitivă doar în grupul antreprenorilor şi al studenților, cu valori în jur de 0,2. În cazul altor straturi înregistrăm valori negative, sub medie. În acest sens, dintre factorii găsiți doar cultura înaltă poate fi utilizată pentru operaționalizarea capitalului cultural, pentru că ceilalți factori se află la cele două niveluri inferioare ale ierarhiei legitimității culturale construite de Bourdieu (1978).

3. Stratificare socială

Stratificarea socială poate fi abordată din punctul de vedere al stilului de viață, care la rândul lui poate fi operaționalizat prin practicile de consum. **Goldthorpe şi Lockwood** au analizat această stratificare cu ajutorul unor întrebări legate de anumite elemente ale stilului de viață în rândul muncitorilor necalificați, al muncitorilor cu ocupații moderne şi al intelectualilor (personal de birou) şi au arătat că muncitorii calificați moderni păstrează multe elemente caracteristice stilului de viață al proletariatului tradițional, adică nu se deplasează spre clasa de mijloc, chiar dacă câştigul salarial şi nivelul de viață superior le-ar permite (Goldthorpe şi Lockwood 1969). În Ungaria, Utasi (2000) a operaționalizat stilul de viață prin următoarele dimensiuni: 1. obiceiuri de consum în gospodărie, 2. design interior (perdele, tablouri), 3. dimensiunea culturală a locuinței (grad de confort), 4. obiecte (cărți, starea mobilierul), 5. activitate din economia secundară, 6. activitate intelectuală, 7. forme de recreație, 8. obiceiuri (Crăciun, zi de naştere), 9. intensitatea legăturilor interpersonale. A delimitat clasele sociale de jos, de mijloc şi de sus pornind de la aceste dimensiuni (Utasi 2000).

Datorită limitelor stabilite de chestionar, nu am avut la dispoziție aceste dimensiuni, aşadar am luat în considerare mai puține dimensiuni şi am operaționalizat stilul de viață reducând analiza la existența bunurilor materiale de consum, gradul de consum al culturii înalte şi caracterul locului de muncă şi al salariului. În analiza stratificării sociale a tineretului, în primă fază am creat un indice sintetic utilizând analiza componentei principale. Acesta conține formele şi nivelul consumului material şi cultural, respectiv condițiile de muncă. În faza a doua am combinat valorile factoriale şi statutul de angajat.

Material cu drept de autor

Am creat indicele de statut astfel obținut utilizând următoarele componente:

1. **Indicele bunurilor materiale de consum**, stabilit prin următoarea formulă: (am asociat valoarea 1 pentru obiect deținut, respectiv 0 pentru lipsa lui): 3* locuință proprie + 2* automobil propriu + telefon mobil +calculator + internet acasă + automobil în folosință (proprietatea altcuiva).

2. **Factorul de consum al culturii înalte** porneşte de la frecvența consumului unor forme culturale legitime în sensul lui Bourdieu (teatru, operă, concert, lectură) şi conține ponderile factoriale obținute ca rezultat al analizei factoriale prezentate în subcapitolul anterior.

3. **Caracterul, calitatea venitului şi a muncii**: stabilit prin cumulul valorilor de 1 sau 0 atribuite prezenței sau lipsei următoarelor condiții:

1. Câştig bine..
2. Lucrez în mediu plăcut, colegial.
3. Am şanse de promovare.
4. Inițiativele mele sunt luate în considerare.
5. Lucrez într-o funcție de conducere.

Am standardizat aceste variabile în scoruri z şi prin analiza componentei principale le-am transformat într-un singur component, numindu-l *indice de statut*. În continuare am stabilit schema claselor sociale pe baza valorilor decilice ale statutului ocupațional şi ale indicelui de statut, obținând astfel cinci clase.

La grupare am luat în considerare schema utilizată de către Kolosi – Róbert (2004), însă în numirea claselor şi în clasificarea grupurilor pe baza ocupației în funcție de decilii indicelui de statut am procedat altfel în mai multe privințe. Pe baza schemei de clasă utilizate de Bourdieu, am împărțit populația în clasa de sus, de mijloc şi de jos, însă am separat clasa de mijloc în două straturi, clasa de mijloc superioară şi clasa de mijloc inferioară, pentru că în cazul acestei clase diferențele în funcție de volumul de capital deținut sunt destul de mari. Totodată, am delimitat grupul persoanelor deprivate ca strat rupt de structura de clasă a societății. Această separare s-a făcut cu gândul că teoriile *underclass* pot fi adaptate şi condițiilor din Europa Centrală şi de Est. Pe baza cercetărilor făcute după schimbarea de regim politic din 1989, Domanski arată că există o concluzie, deşi timpurie, totuşi plauzibilă, conform căreia anumite grupuri de săraci din această regiune se transformă în *underclass*. Cel mai

Material cu drept de autor

important element al dezbaterii legate de *underclass* este dacă membrii acesteia sunt sau nu activi în afara structurii principale ocupaționale. Teoriile clasice *underclass* descriu acest grup ca fiind marginalizat pe o perioadă mai lungă pe piața legală a forței de muncă, alcătuit din șomeri și/sau persoane care lucrează ocazional, victime ale unor deprivări multiple, persoane care trăiesc în cultura sărăciei (Domanski 2001: 40-65). Ne referim la aceste persoane utilizând termenul de *deprivați*, pentru că studiul de față nu ne permite să motivăm satisfăcător caracterul *underclass* din perspectiva rupturii.

Diferențierea pe clase s-a făcut în felul următor (vezi tabelul nr.8):

Tabelul 8. Categorii ale populației conform statutului ocupațional și valorile decilelor indicelui de statut (1-clasa de sus, 2-clasa de mijloc superioară, 3-clasa de mijloc inferioară, 4-clasa muncitoare, 5-deprivați)

Statut ocupațional	Indicele statutului									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Întreprinzător, manager de nivel superior	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1
Angajat, intelectual	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1
Elev, student	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1
Lucrător intelectual, fără diplomă	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Șomer	5	5	5	5	5	4	4	3	3	2
Muncitor calificat	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
Casnic/ă, inactiv	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3
Muncitor necalificat, zilier, lucrează ocazional	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4

1. **În clasa de sus (elita)** i-am inclus pe acei conducători de vârf și antreprenori care figurau în cele 3 decilele superioare ale indicelui de statut, respectiv pe acei studenți și intelectuali care figurau în decila superioară a indicelui de statut.

2. **În clasa de mijloc superioară** i-am inclus pe acei conducători de vârf și antreprenori care figurau în decilele 4-7 ale indicelui de statut, respectiv pe acei intelectuali și studenți care figurau în decilele 6-9

Material cu drept de autor

ale indicelui de statut şi pe acei funcţionari şi muncitori din alte domenii decât munca fizică, şomeri şi inactivi care în funcţie de statut figurau în decila de vârf.

3. **În clasa de mijloc inferioară** i-am inclus pe intelectuali şi studenţi figurând în decilele 1-5 de jos, antreprenorii din decilele 1-3 de jos, funcţionarii din decilele 1-9, pe acele casnice şi pe acei muncitori calificaţi care au ajuns în decilele 7-10, respectiv pe şomerii şi inactivii din decilele 8-9.

4. **În clasa de jos** i-am inclus pe acei conducători, meşteri şi muncitori calificaţi care au ajuns în decilele 1-6 ale indicelui de statut, pe acei muncitori zilieri şi necalificaţi care au ajuns în decilele 6-10, respectiv pe şomerii din decilele 6-7, pe casnicele şi pe inactivii care au ajuns în decilele 5-6 ale indicelui de statut.

5. **În rândul deprivaţilor**[2] au ajuns muncitorii zilieri şi necalificaţi din ultimele trei decile ale indicelui de statut, şomerii din ultimele 5 decile, casnicele şi inactivii din ultimele patru decile ale indicelui de statut.

După distribuţia pe categoriile structurii de clase, situaţia tinerilor din România cu vârsta cuprinsă între 18-35 ani este următoarea: 8,5% dintre tineri aparţin elitei, 15,4% clasei de mijloc superioare, aproape 45% clasei de mijloc inferioare, 17,4% clasei de jos (în Ungaria, clasa muncitorească, potrivit lui Kolosi şi Robert), iar 17,4% clasei celor deprivaţi. Valorile sunt similare în rândul maghiarilor din Transilvania, 8,6% aparţinând clasei de sus, 16,3% clasei de mijloc superioare, 37,3% clasei de mijloc inferioare, 21,1% clasei de jos, iar 16,6% clasei celor deprivaţi.

Tabelul 9. Situaţia claselor sociale pe eşantionul naţional şi cel al tinerilor maghiari din Transilvania

	Tineri din România (N=870)	Tineri maghiari din Transilvania (N=1066)
Clasa de sus	8,5	8,6
Clasa de mijloc superioară	15,4	16,3
Clasa de mijloc inferioară	44,9	37,3
Clasa de jos	13,8	21,1
Clasa celor deprivaţi	17,4	16,6

2 Pentru semnificaţia şi definiţia conceptului vezi Spéder (2002: 29-31).

Material cu drept de autor

Structura de clasă formată în baza stratificării sociale a tineretului este oarecum „artificială", pentru că ar fi fost posibil să dăm şi o altă definiție a valorilor decilelor indicelui de statut, aşadar limitele acestor clase mai degrabă „teoretice" nu sunt rigide, nici exclusive. Totuşi, structura claselor sociale astfel obținută ne permite să tragem anumite concluzii. Pe de o parte, nu există diferențe semnificative între tineretul din România şi tinerii maghiari din Transilvania, nici măcar din perspectiva unei structuri complexe a straturilor sociale, în special privind straturile inferioare şi superioare ale structurii, unde diferențele rămân în interiorul marjei de eroare de 1%. Există anumite diferențe mai substanțiale între proporțiile privind clasa de mijloc inferioară şi clasa de jos: la nivel național proporția tinerilor aparținând clasei de mijloc inferioare este cu 7% mai ridicată decât în rândul tinerilor maghiari. Vom încerca să explicăm acest aspect pe baza problemelor analizate în partea a treia a studiului.

Caracterizând stratificarea claselor sociale din perspectiva factorilor sociodemografici, putem spune că clasa de sus a tinerilor români are educație superioară în proporție de 85%, este alcătuită din bărbați în proporție de 60%, este în medie mai în vârstă, 43% având vârsta între 30-35 ani, dintre membrii acesteia 80% trăiesc în mediu urban, mai mult, peste 45% în mediul urban cu o populație de peste 200.000 de locuitori, 95% sunt activi în domeniul muncii, iar grupul tinerilor este regional suprareprezentat în Transilvania şi în București.

În schimb, în clasa deprivaților peste 50% au maximum 8 clase, clasa este compusă din 60% femei, care apar proporțional în fiecare grup de vârstă; tinerii acestei clase trăiesc în proporție de 68% în mediu rural şi peste 90% sunt şomeri sau inactivi, fiind regional suprareprezentați în Moldova şi în Oltenia.

Clasa de mijloc dă majoritatea modală a tineretului şi poate fi plasată la modul virtual între clasa de sus a elitei, respectiv clasa de jos (muncitorească) în situație mai bună decât cea a deprivaților, însă există diferențe semnificative şi între cele două subcategorii ale clasei de mijloc: clasa de mijloc superioară se apropie de clasa de sus, cu toate că rămâne considerabil în urma acesteia; de exemplu, „doar" 56% au diplomă universitară, însă în rândul clasei de mijloc inferioare proporția acestora este de doar 26,2%; peste două treimi trăiesc în mediul urban, iar aproape jumătate din clasa de mijloc superioară trăieşte în oraşe cu populația de peste 200.000 de locuitori. Cei din clasa de jos sunt mai prost educați decât media, majoritatea trăiesc în mediul rural, la sate sau în oraşe mici, însă

Material cu drept de autor

în contrast cu clasa celor deprivați, majoritatea covârşitoare (80%) au un loc de muncă.

Tabelul 10. Distribuția valorilor indicelui de statut în funcție de factorii sociodemografici principali. Tineri din România

		Clasa socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
Nivel de educație	Şcoală generală sau mai puțin	0	3,7	10,3	27,5	49,3	17,5
	Şcoală profesională	0	0,7	7,7	33,3	14,7	10,7
	Învățământ mediu	15,1	38,8	55,9	34,2	28,0	42,0
	Învățământ superior	84,9	56,7	26,2	5,0	8,0	29,8
Sex	Bărbat	59,5	51,5	49,7	50,8	39,7	49,3
	Femeie	40,5	48,5	50,3	49,2	60,3	50,7
Mediu	Oraş	81,1	78,4	67,9	45,4	31,8	61,3
	Sat	18,9	21,6	32,1	54,6	68,2	38,7
Mărimea şi tipul localității	Peste 200.000	45,9	48,1	27,9	13,3	7,3	27,0
	100.001-200.000	13,5	11,9	13,8	8,3	4,0	11,0
	30.000-100.000	12,2	5,9	10,8	4,2	3,3	7,9
	Oraş sub 30.000	9,5	12,6	15,4	20,0	16,7	15,3
	Sat	18,9	21,5	32,1	54,2	68,7	38,7
Activitatea economică	Elev/student	4,1	32,8	27,7	0	0	17,9
	Activ cu loc de muncă	95,9	67,2	70,5	79,8	8,6	62,7
	Şomer, inactiv	0	0	1,8	20,2	91,4	19,5

Material cu drept de autor

Regiune	Moldova	6,7	19,5	19,2	29,4	27,2	20,9
	Muntenia	18,7	16,5	20,7	17,6	23,8	20,0
	Dobrogea	6,7	6,0	5,6	3,4	6,6	5,6
	Oltenia	6,7	6,8	9,2	10,9	14,6	9,8
	Banat	5,3	3,0	3,3	4,2	5,3	3,9
	Transilvania	33,3	19,5	21,5	18,5	13,9	20,5
	Crişana-Maramureş	5,3	6,8	8,4	9,2	7,9	7,9
	Bucureşti	17,3	21,8	12,0	6,7	0,7	11,3

Tabelul 11. Distribuția valorilor indicelui de statut în funcție de factorii sociodemografici principali.. Maghiari din Transilvania

		Clasa socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
Nivel de educație	Școală generală sau mai puțin	5,5	7,5	12,8	28,1	55,9	21,7
	Școală profesională	4,4	3,4	7,3	24,1	11,3	10,6
	Învățământ mediu	22,0	31,6	61,0	42,0	27,7	43,3
	Învățământ superior	68,1	57,5	18,9	5,8	5,1	24,4
Sex	Bărbat	60,9	55,7	48,9	61,6	34,8	51,4
	Femeie	39,1	44,3	51,1	38,4	65,2	48,6
Vârsta	18–24 ani	7,6	43,1	51,0	28,1	37,3	38,9
	25–29 ani	38,0	26,4	22,1	33,0	27,1	27,3
	30–35 ani	54,3	30,5	26,9	38,8	35,6	33,8
Mediu	Oraș	72,8	67,8	65,1	42,7	28,2	55,3
	Sat	27,2	32,2	34,9	57,3	71,8	44,7

Material cu drept de autor

Mărimea şi tipul localităţii	Municipiu (>30.000)	47,8	48,9	44,7	26,8	14,7	36,9
	Localitate medie (4.000-30.000)	31,5	21,8	25,1	21,4	21,5	23,8
	Localita-te mică (<4.000)	20,7	29,3	30,2	51,8	63,8	39,3
Activitatea economică	Elev/stu-dent	2,2	32,2	39,9	,9		20,5
	Activ cu loc de muncă	97,8	67,8	55,0	83,0	22,5	61,3
	Şomer, inactiv			5,0	16,1	77,5	18,2
Regiunea	Secuime	47,8	37,9	50,3	48,7	53,1	48,2
	Partium	26,1	25,9	24,1	28,6	24,9	25,6
	Transilvania Centrală	26,1	36,2	25,6	22,8	22,0	26,2

Structura de clasă a maghiarilor din Transilvania urmează tendinţele naţionale, însă în acest caz clasa de sus este mai puţin concentrată în jurul celor cu studii superioare (doar 68%), şi întreaga populaţie trăieşte în oraşe mai mici; proporţional, numărul maghiarilor din mediul urban este mai redus, acest lucru fiind valabil pentru fiecare clasă socială. În mod surprinzător, există prea puţine diferenţe regionale în Transilvania în ceea ce priveşte structura de clasă a comunităţilor maghiare, cu excepţia faptului că clasa medie de sus este suprareprezentată în Transilvania Centrală, ceea ce indică o concentraţie a acestui strat social la Cluj, oraşul principal din regiunea amintită.

4. Diferenţele de clasă ale stării de spirit

Am măsurat starea de spirit şi percepţia problemelor la tinerii din România cu ajutorul mai multor întrebări. Cele mai importante tendinţe au fost relevate, de altfel, de către raportul publicat anterior (vezi Barna–Kiss–Sólyom 2008), aşadar aici ne vom concentra asupra tendinţelor

Material cu drept de autor

speciale care apar în funcție de situație socială, respectiv care pot fi interpretate în contextul teoretic adoptat.

Mai întâi am examinat răspunsurile date la întrebări referitoare la condițiile de viață a respondenților. La întrebarea *cum trăiți astăzi față de situația de acum un an?*, pe cele două eşantioane examinate am colectat următoarele răspunsuri (vezi tabelul nr.12).

Tabelul 12. În retrospectivă, cum trăiți astăzi față de situația de acum un an?

		Clasă socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
Tinerii din România*	Mai prost	4,0	3,1	9,9	14,5	24,0	11,5
	Aproximativ la fel	46,7	52,3	52,3	53,8	44,0	50,5
	Mai bine	49,3	44,5	37,9	31,6	32,0	38,0
Tinerii maghiari din Transilvania*	Mai prost	6,7	6,4	9,9	13,1	20,7	11,5
	Aproximativ la fel	45,6	42,2	52,9	51,1	49,4	49,6
	Mai bine	47,8	51,4	37,2	35,7	29,9	38,9

*Testul Chi-square arată o relație semnificativă: p<0,001.

În cazul întrebării „Cum vă imaginați viața peste un an?", adică la ce schimbări se aşteaptă în viitor, aşteptările sunt mai mari față de ceea ce au constatat în legătură cu trecutul lor. Jumătatea respondenților la nivel național şi 52% dintre maghiarii din Transilvania consideră că vor trăi mai bine peste un an decât acum, 40%, respectiv 38% cred că vor trăi în acelaşi fel, iar 8,6%, respectiv 9,9% consideră că peste un an vor trăi mai greu decât acum (vezi tabelul nr.11).

În funcție de clasa socială, răspunsurile urmează tendința arătată la întrebarea anterioară; cei din clasa de mijloc superioară a fiecărei populații se aşteaptă în cea mai mare proporție la un viitor mai bun, iar cei mai pesimişti în legătură cu viitorul sunt cei din clasa celor deprivați, însă şi aici proporția celor optimişti este superioară celei a pesimiştilor.

Material cu drept de autor

În comunitatea maghiarilor din România şi în acest caz proporţia optimiştilor este peste media naţională, cu excepţia celor deprivaţi, dintre care „doar" 30% se aşteaptă la un viitor mai bun, în timp ce la nivel naţional proporţia acestora este de 44,9%.

38% dintre tinerii din România au considerat că astăzi trăiesc mai bine decât acum un an, jumătate au răspuns că trăiesc la fel şi doar 11,5% au considerat că trăiesc mai prost decât acum un an. În ceea ce priveşte aceste răspunsuri, nu există diferenţe semnificative între cele două eşantioane, tinerii maghiari din România şi media naţională. Există însă diferenţe semnificative în funcţie de apartenenţa de clasă. La nivel naţional consideră că trăiesc mai bine decât anterior aproape jumătate dintre cei din clasa de sus, 44,5% dintre cei din clasa de mijloc superioară, iar în clasa de mijloc inferioară 37,9% consideră că trăiesc mai bine decât anul trecut. Însă doar 32% dintre cei din clasa de jos şi un sfert din cea a deprivaţilor cred acelaşi lucru. Răspunsurile au fost similare şi pe eşantionul maghiarilor din Transilvania. Şi în acest caz, apartenenţa de clasă este unul dintre principalii determinanţi ai stării de spirit.

Răspunsurile la întrebarea „Cum veţi trăi anul viitor?" se distribuie în felul următor:

Tabelul 13. Consideraţi că peste un an veţi trăi mai bine sau mai prost?

		Clasa socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivaţi	
Tinerii din România*	Mai greu	1.6	4.2	6.0	12.6	20.5	8.6
	Aproximativ similar	42.2	37.5	41.5	50.5	34.6	40.9
	Mai bine	56.3	58.3	52.4	36.8	44.9	50.5
Tinerii maghiari din Transilvania*	Mai greu	2.3	3.1	7.0	15.5	20.8	9.9
	Aproximativ similar	35.6	33.3	36.4	37.7	49.0	38.0
	Mai bine	62.1	63.5	56.6	46.9	30.2	52.1

* Testul Chi-square arată o relaţie semnificativă: la nivel de ***p<0,001.

Material cu drept de autor

Diferențele între tinerii din România și tinerii maghiari din Transilvania nu sunt semnificative nici sub acest aspect. Procentul celor încrezători este de 50,5%, respectiv 52,2%, în timp ce 8,6%, respectiv 9,9% cred că vor trăi mai prost peste un an. În raport cu apartenența de clasă răspunsurile urmează tendințele observate la analiza întrebării precedente. În ambele populații clasa de sus și cea de mijloc superioară se așteaptă în cea mai mare proporție la un viitor mai bun. Pe de altă parte, clasa deprivaților este cea mai pesimistă în privința viitorului. Totodată este important să notăm că în septembrie 2008 chiar și în rândul deprivaților numărul celor încrezători a fost mai mare decât cel al pesimiștilor.

Pentru măsurarea stării de spirit a respondenților s-au pus și întrebări referitoare la gradul de mulțumire față de situația din diferite domenii ale vieții.

Tabelul nr. 14. În ce măsură sunteți mulțumit cu...

		Clasă socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
propriul nivel de educație?							
Tinerii din România**	Nemulțumit	2,7	2,3	5,9	16,1	13,2	7,7
	Neutru	8,1	4,5	13,1	25,4	24,5	15,0
	Mulțumit	89,2	93,2	81,0	58,5	62,3	77,3
Tineri maghiari din Transilvania***	Nemulțumit	9,8	12,7	16,9	27,9	37,9	21,4
	Neutru	14,1	21,4	28,0	34,7	25,4	26,7
	Mulțumit	76,1	65,9	55,1	37,4	36,7	51,9
locul dvs. de muncă?							
Tinerii din România***	Nemulțumit	1,4	6,8	8,2	19,2	12,8	9,7
	Neutru	13,5	10,6	14,2	25,0	3,4	13,2
	Mulțumit	85,1	65,2	50,0	37,5	5,4	45,9
	Nu se aplică		17,4	27,6	18,3	78,5	31,2
Tinerii maghiari din Transilvania***	Nemulțumit	3,3	9,3	7,9	15,2	6,2	9,0
	Neutru	13,0	11,6	13,7	26,0	7,3	14,9
	Mulțumit	82,6	56,4	39,4	40,8	10,7	41,4
	Nu se aplică	1,1	22,7	38,9	17,9	75,7	34,7

Material cu drept de autor

venitul dvs.?							
Tinerii din România***	Nemulţumit	9,5	8,3	13,7	40,0	29,6	18,9
	Neutru	12,2	31,1	25,0	24,2	7,2	21,6
	Mulţumit	78,4	45,5	35,8	20,8	8,6	34,1
	Nu se aplică		15,2	25,5	15,0	54,6	25,4
Tineri maghiari din Transilvania ***	Nemulţumit	13,0	21,5	20,1	35,9	14,1	22,0
	Neutru	23,9	23,3	22,4	26,9	9,6	21,5
	Mulţumit	63,0	33,7	20,4	20,6	7,3	24,1
	Nu se aplică	0,0	21,5	37,2	16,6	68,9	32,4
sănătatea dvs.?							
Tinerii din România***	Nemulţumit	1,4	0,7	2,8	3,4	10,6	3,8
	Neutru	4,1	6,7	8,5	16,0	13,2	9,7
	Mulţumit	94,6	92,5	88,7	80,7	76,2	86,5
Tineri maghiari din Transilvania *	Nemulţumit	6,5	7,6	4,3	6,3	10,2	6,4
	Neutru	10,9	17,4	12,9	15,2	14,2	14,2
	Mulţumit	82,6	75,0	82,5	78,5	75,0	79,2
	Nu se aplică			0,3		0,6	0,2
condiţiile de locuit?							
Tinerii din România*	Nemulţumit	2,7	4,5	6,2	7,5	11,8	6,8
	Neutru	6,8	12,7	13,1	15,0	19,1	13,8
	Mulţumit	90,5	82,8	80,7	77,5	69,1	79,4
Tineri maghiari din Transilvania *	Nemulţumit	7,6	17,0	13,7	11,2	25,0	15,0
	Neutru	13,0	17,0	16,7	26,5	23,3	19,6
	Mulţumit	78,3	66,1	69,6	61,9	51,7	65,2
	Nu se aplică	1,1			0,4		0,2

*Testul Chi-square arată o relaţie semnificativă la nivel p<0,05 , **p<0,01, respectiv ***p<0,001.

77,3% dintre tinerii din România sunt mulţumiţi cu nivelul lor de educaţie, în timp ce 51,9% dintre tinerii maghiari din Transilvania sunt mulţumiţi cu acelaşi lucru. Cele două populaţii prezintă aşadar diferenţe semnificative; maghiarii din Transilvania sunt mult mai nemulţumiţi cu nivelul lor de educaţie. Diferenţa poate fi probabil explicată prin situaţia minoritară, din moment ce în limba maghiară există mult mai puţine oferte la nivelul învăţământului superior şi chiar mai puţine în domeniul

Material cu drept de autor

şcolilor profesionale. În multe cazuri avem de-a face cu probleme legate de calitatea educației. Un alt factor ar putea fi nivelul de aşteptări mai ridicat al maghiarilor. Având în vedere procentul celor nemulțumiți, este evident că, în pofida faptului că în cazul ambelor populații nemulțumirea creşte odată cu coborârea în structura socială, în cazul tinerilor din clasa celor deprivați 13,2% sunt nemulțumiți cu propriul nivel de educație în eşantionul național, iar în cel al tinerilor maghiari 37,9%.

Poate cel mai specific fenomen legat de clasa socială este mulțumirea sau nemulțumirea față de locul de muncă: în timp ce 85,1% dintre tinerii din România din clasa de sus sunt mulțumiți cu locul lor de muncă, la nivelele de mai jos ale ierarhiei observăm diferențe semnificative. Procentul celor mulțumiți din clasa de mijloc superioară este de 65,2%, în clasa de mijloc inferioară, de 50%, iar cel din clasa de jos este de 37,5%. Putem arăta că din punctul de vedere al pieței forței de muncă stratul deprivaților s-a rupt într-adevăr de celelalte clase sociale din moment ce doar 5% sunt mulțumiți cu locul lor de muncă. Principalul motiv este că în cazul a 78,5% dintre cei deprivați problema nici măcar nu există, dat fiind faptul că aceştia nu au un loc de muncă stabil. În cazul tinerilor maghiari din Transilvania constatăm o diferență față de media națională, şi anume faptul că doar 39,4% dintre tinerii din clasa de mijloc inferioară sunt mulțumiți de locul lor de muncă, chiar mai puțini decât în cazul clasei de jos, unde procentul celor mulțumiți este de 40%.

În timp ce 34,1% dintre tinerii din România sunt mulțumiți cu veniturile realizate, iar 18,9% sunt nemulțumiți, în rândul tinerilor maghiari procentul celor mulțumiți este de 24%, iar al celor nemulțumiți, de 22%. Gradul de mulțumire față de veniturile realizate depinde în mare măsură de apartenența de clasă. Diferențele în funcție de apartenența de clasă sunt însemnate în ambele eşantioane: în timp ce majoritatea celor din clasele de sus sunt mulțumiți cu veniturile proprii, majoritatea celor din clasele de jos şi a celor deprivați sunt ori nemulțumiți cu venitul propriu, ori pur şi simplu nu au un venit.

În cazul populației din România, 86%, iar în rândul maghiarilor din Transilvania 79% sunt mulțumiți cu starea lor de sănătate. Chiar şi la această întrebare se simte impactul structurii de clasă: în clasele superioare procentul celor care sunt mulțumiți cu situația lor este în medie cu 10% mai mare mulți decât în clasa celor deprivați. La maghiarii din Transilvania diferența dintre straturi este mai scăzută decât la nivel național.

Material cu drept de autor

Există diferențe semnificative între maghiarii din Transilvania şi media națională şi în ceea ce priveşte condițiile de locuit: 79,4% dintre tinerii din România sunt mulțumiți cu condițiile de locuit; la maghiari acest procent este de 65,2%. Cu toate că există diferențe în funcție de clasă socială, acestea nu sunt de mărimea celor care apar în cazul locului de muncă sau al veniturilor.

Pentru evaluarea subiectivă a situației sociale a tineretului am întrebat cum percep ei veniturile familiei față de necesități.

Tabelul nr. 15 Cum evaluați veniturile familiei față de necesități?

		Clasă socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
Tineri din România	Nu acoperă nici nevoile de bază	1,3	,8	4,5	9,2	26,7	8,2
	Acoperă doar nevoile de bază	4,0	13,0	17,1	45,0	34,0	22,2
	Trăim acceptabil, dar nu putem cumpăra obiecte scumpe	37,3	41,2	46,7	35,8	28,7	40,4
	Putem cumpăra obiecte mai scumpe dacă facem economii la alte cheltuieli	50,7	39,7	27,0	8,3	9,3	25,3
	Putem cumpăra tot ce este necesar fără să fim nevoiți să facem economii	6,7	5,3	4,7	1,7	1,3	4,0

Material cu drept de autor

Tineri maghiari din Transilvania	Nu acoperă nici nevoile de bază	1,1		1,5	4,0	14,9	4,0
	Acoperă doar nevoile de bază	4,4	4,1	10,7	13,9	26,9	12,4
	Trăim acceptabil, dar nu putem cumpăra obiecte scumpe	18,7	35,1	39,7	55,2	41,1	40,6
	Putem cumpăra obiecte mai scumpe dacă facem economii la alte cheltuieli	47,3	50,9	42,7	23,8	14,9	35,8
	Putem cumpăra tot ce este necesar fără să fim nevoiți să facem economii	28,6	9,9	5,3	3,1	2,3	7,1

În baza răspunsurilor putem identifica un număr surprinzător de scăzut al familiilor cu venituri prea mici, doar 8,2% la nivel național, şi chiar mai puțini în rândul maghiarilor, unde doar 4% a răspuns spunând că veniturile nu acoperă nici nevoile de bază.

În ambele populații, 40% dintre respondenți consideră că familia trăieşte acceptabil, însă nu poate cumpăra obiecte mai scumpe. Putem spune că 25,3% din tinerii din România, respectiv 35,8% dintre tinerii maghiari din România au o situație materială bună. Ei sunt cei care au răspuns „Putem cumpăra obiecte mai scumpe dacă facem economii la alte cheltuieli". 4%, respectiv 7% dintre respondenți consideră că familia poate cumpăra toate cele necesare fără să fie nevoită să facă economii.

Răspunsurile se referă evident la evaluarea subiectivă a veniturilor; astfel, descrierea nu provine din comparația obiectivă a sumelor în cauză. Aşadar putem stabili faptul că „majoritatea modală" a tinerilor maghiari din România evaluează situația materială a familiei similar tinerilor din întreaga țară, însă nu putem trage concluzii clare referitor la proporția celor săraci şi a celor bogați.

Cum era de aşteptat, există diferențe semnificative în funcție de clasă socială între evaluarea venitului familiei. Cei din clasele de sus consideră în măsură mai mare că au o situație bună, însă există anumite diferențe surprinzătoare între tineretul la nivel național şi tinerii maghiari din România în funcție de clasă socială. În timp ce doar 6,7% dintre tinerii din România din clasa de sus consideră că familia poate cumpăra tot ce este necesar, în

Material cu drept de autor

rândul tinerilor maghiari din Transilvania din clasa de sus acest procent este de 28,6%. Diferențele apar ca tendințe în cazul fiecărei clase.

5. Diferențele de clasă în percepția asupra problemelor

Alături de starea de spirit, am analizat şi sensibilitatea tinerilor față de problemele sociale. Răspunsurile au fost date pe o scală cu patru dimensiuni. În următorul tabel apar aceste opțiuni. Datele tabelului cumulează răspunsurile „probleme grave" şi „problematic" (respectiv răspunsurile „nu prezintă probleme" cu „deloc problematic").

Tabelul nr. 16. În opinia dvs., în ce măsură următoarele reprezintă probleme la nivel național?

		Clasa socială					Total
		Clasa de sus	Clasa de mijloc superioară	Clasa de mijloc inferioară	Clasa de jos	Clasa celor deprivați	
Şansa tinerilor de a găsi un loc de muncă							
Tineri din România**	Problemă + Problemă gravă	75,3	76,7	83,9	87,5	91,4	83,9
	Nu este o problemă + Deloc problematic	24,7	23,3	16,1	12,5	8,6	16,1
Tineri maghiari din Transilvania***	Problemă + Problemă gravă	46,7	52,6	62,0	65,0	72,7	61,5
	Nu este o problemă + Deloc problematic	53,3	47,4	38,0	35,0	27,3	38,5

Material cu drept de autor

Șansa tinerilor de a avea propria locuință							
Tineri din România	Problemă + Problemă gravă	95,8	97,0	96,1	95,8	95,4	96,0
	Nu este o problemă + Deloc proble-matic	4,2	3,0	3,9	4,2	4,6	4,0
Tineri maghiari din Tran-silvania	Problemă + Problemă gravă	78,3	85,1	79,1	84,8	85,9	82,3
	Nu este o problemă + Deloc proble-matic	21,7	14,9	20,9	15,2	14,1	17,7
Șansa tinerilor la o educație corespunzătoare							
Tineri din România	Problemă + Problemă gravă	42,3	34,1	37,0	47,4	44,5	39,7
	Nu este o problemă + Deloc proble-matic	57,7	65,9	63,0	52,6	55,5	60,3
Tineri maghiari din Tran-silvania**	Problemă + Problemă gravă	19,6	21,8	31,8	36,3	47,6	32,6
	Nu este o problemă + Deloc proble-matic	80,4	78,2	68,2	63,7	52,4	67,4
Existența condițiilor pentru întemeierea unei familii							
Tineri din România *	Problemă + Problemă gravă	90,4	72,2	74,9	73,5	73,8	75,4
	Nu este o problemă + Deloc proble-matic	9,6	27,8	25,1	26,5	26,2	24.6

Material cu drept de autor

Tineri maghiari din Transilvania	Problemă + Problemă gravă	53,8	62,8	67,4	67,4	72,7	66,3
	Nu este o problemă + Deloc problematic	46,2	37,2	32,6	32,6	27,3	33,7
Corupția							
Tineri din România	Problemă + Problemă gravă	100,0	98,5	96,1	93,0	94,7	96,1
	Nu este o problemă + Deloc problematic		1,5	3,9	7,0	5,3	3,9
Tineri maghiari din Transilvania	Problemă + Problemă gravă	82,4	84,8	88,6	89,6	88,2	87,6
	Nu este o problemă + Deloc problematic	17,6	15,2	11,4	10,4	11,8	12,4

* Testul Chi-square arată o relaţie semnificativă: la nivel de p<0,05 , **p<0,01, respectiv ***p<0,001.

Este clar că tinerii din România văd probleme şi probleme grave în fiecare domeniu în procentaj mai ridicat decât maghiarii din Transilvania.

La întrebarea „cât de problematică este angajarea tinerilor în câmpul muncii în România?", 83,9% dintre tinerii din România consideră că domeniul prezintă probleme grave, însă „doar" 61,5% dintre maghiarii din Transilvania consideră că situaţia este problematică sub acest aspect. Şi acesta este un procentaj ridicat, însă rămâne semnificativ sub media naţională. În cazul ambelor eşantioane există o legătură strânsă între apartenenţa de clasă şi măsura în care tinerii consideră problematică găsirea unui loc de muncă. Cei din clasele de jos consideră aproape în unanimitate că aceasta este o problemă, în timp ce tinerii din clasele de sus consideră în proporţie de 75% că găsirea unui loc de muncă este pro-

Material cu drept de autor

blematică. În cazul maghiarilor din Transilvania tendința este similară, însă proporțiile sunt mai scăzute pentru fiecare clasă socială.

96% dintre tinerii din România, respectiv 82% dintre maghiarii din Transilvania consideră că şansa tinerilor de a avea propria locuință este problematică. Datorită procentajului ridicat, diferențele pe clase sociale nu sunt semnificative.

Dintre domeniile enumerate, cel mai puțin problematic apare a fi şansa la o educație corespunzătoare. Diferența dintre cele două populații este cea mai mică în cazul educației: 39,7% dintre tinerii din România, respectiv 32,6% dintre maghiarii din Transilvania consideră că şansa la o educație corespunzătoare este o problemă. În cazul tinerilor din România răspunsurile nu prezintă diferențe semnificative în funcție de clasa socială, însă în cazul tinerilor maghiari din Transilvania, da. În cel din urmă caz 47%, respectiv 36% din grupul celor deprivați, respectiv al claselor de jos consideră că accesul la educație reprezintă o problemă. În schimb, circa 20% din membrii clasei de sus şi de mijloc spun acelaşi lucru.

75,4% dintre tinerii din România şi 66,3% dintre maghiari consideră că existența condițiilor pentru întemeierea unei familii este o problemă. În rândul tinerilor din România, cei din clasele de sus consideră în procentaj mai ridicat că acest lucru este o problemă, în timp ce diferențele la maghiari nu sunt semnificative în acest sens.

La nivel național, peste 96% dintre maghiari, 87% dintre tineri consideră corupția o problemă; astfel, datorită procentajului ridicat nu există diferențe semnificative pe clase sociale.

Am analizat răspunsurile şi în funcție de regiunea istorică. Am urmărit gradul de similaritate a răspunsurilor date de tinerii români şi maghiari din Transilvania. Răspunsurile date ne arată că românii din Transilvania au identificat probleme în diferite domenii ale vieții într-o măsură oarecum mai mică față de celelalte regiuni ale țării. Totuşi, problemele au fost identificate de un procent mai mare decât în cazul maghiarilor. De exemplu, găsirea unui loc de muncă este considerată problematică de 80,4% dintre respondenți în Transilvania şi de 85,6% în restul țării, însă doar de 61,5% în rândul maghiarilor din Transilvania. Găsirea unei locuințe proprii apare ca problematică în proporție de 92,9% în Transilvania şi 96,3% în restul țării.

În chestionarul pentru tinerii maghiari din Transilvania am introdus întrebări utilizate în cercetarea MOZAIK 2001. Respondenții au fost

Material cu drept de autor

rugați să aleagă prima şi a doua problemă care-i preocupă dintr-o listă relativ lungă care înşira 17 probleme.

Tabelul nr. 17 În opinia dvs., care este cea mai gravă problemă la nivel de țară (maghiari din Transilvania 2008)?

	Clasa socială					Total
	Clasa de sus	Clasa de mijloc superi-oară	Clasa de mijloc inferio-ară	Clasa de jos	Clasa celor depri-vați	
Şomaj	22,0	21,1	28,1	29,8	46,6	29,9
Rezolvarea situației lo-cuințelor	13,2	21,1	16,2	19,1	11,8	16,6
Lipsa de bani, venituri mici	12,1	18,9	12,2	19,6	16,3	15,5
Sărăcie, nesiguranța zilei de mâine	8,8	4,6	8,4	6,7	7,9	7,3
Răspândirea drogurilor	11,0	10,3	14,7	12,4	9,6	12,3
Incultură, inexigență	14,3	6,3	3,0	2,7	1,1	4,1
Viitor fără speranță, lipsa obiectivelor	6,6	8,0	5,1	4,9	2,8	5,3
Criza familiei, decădere morală	4,4	5,1	4,8	2,2	2,2	3,9
Altele	7,7	4,6	7,6	2,7	1,7	5,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Pentru 29,9% dintre tinerii maghiari din Transilvania, cea mai acută problemă este şomajul; urmează problema locuințelor cu 16,6%, lipsa banilor şi veniturile mici cu 15,3%, respectiv răspândirea drogurilor cu 12,3%. Fiecare problemă rămasă a fost considerată gravă de mai puțin de 7% dintre tinerii maghiari din Transilvania.

Diferențele pe clase sociale sunt semnificative. Aproape jumătate din clasa celor deprivați consideră că şomajul este cea mai gravă problemă, urmată de lipsa banilor şi de situația locuințelor. Pentru aproape 30% dintre cei din clasa de jos şomajul este cea mai gravă problemă, pentru 19% urmează lipsa banilor şi situația locuințelor. În cazul claselor de mijloc şi de sus structura problemelor se schimbă într-o oarecare măsu-

Material cu drept de autor

ră. Șomajul rămâne cea mai des amintită problemă peste tot, însă doar într-o proporție de 21-22%. La cei din clasa de mijloc, a doua cea mai gravă problemă este situația locuințelor, cu 16,2% și 21%, însă la cei din clasa de mijloc inferioară urmează la mică distanță (14,7%) problema drogurilor (la clasa de mijloc superioară acest procent este mai scăzut, doar 10,3%). În cazul clasei de sus este remarcabil că mai mulți respondenți consideră incultura o problemă mai gravă decât problemele materiale. Tinerii din clasa de sus și din clasa de mijloc superioară consideră mai grave așa-numitele probleme „postmateriale", cum ar fi viitorul fără speranțe, lipsa obiectivelor, criza familiei, decăderea morală. În total, 17% dintre cei din clasa de sus și din clasa de mijloc superioară au ales aceste probleme ca fiind cele mai grave. Tinerii interpretează inventarul problemelor destul de diferit în funcție de locul ocupat în ierarhia socială. Totodată, accesul la piața forței de muncă sau obținerea unui loc de muncă stabil sunt problemele cele mai actuale pentru majoritatea tinerilor din fiecare clasă socială: tinerii sunt vulnerabili sub acest aspect, indiferent de apartenența de clasă.

6. Concluzii

Analiza situației sociale și a problemelor sociale ale tinerilor din România ne permite formularea câtorva concluzii.

În România, aderarea la Uniunea Europeană a fost ultimul efect important al globalizării; în urma acesteia s-au globalizat și problemele tinerilor, însă nu în mod uniform. Există unele probleme grave care afectează tinerii în general și aici, bazându-ne pe Raportul Furlong, amintim vulnerabilitatea pe piața forței de muncă, considerată o problemă gravă de majoritatea tinerilor, indiferent de statutul lor social. Corupția, însă, este o problemă specifică României – considerată ca atare în unanimitate de către tineretul din România.

Putem conchide – pornind de la cadrul teoretic al lui Castells – că din grupul celor numiți de noi deprivați peste două treimi au ieșit din sistemul de educație, dar nu au reușit să se integreze durabil pe piața forței de muncă. Ei se confruntă cu șomajul, o problemă permanent prezentă în viața lor. Chiar dacă au un loc de muncă provizoriu, condițiile de muncă, perspectivele lor și veniturile sunt nesatisfăcătoare și instabile.

Material cu drept de autor

Răspunzând la întrebarea principală pusă de cercetarea noastră, vulnerabilitatea tinerilor în ceea ce priveşte piaţa forţei de muncă este o problemă actuală pentru toţi, indiferent de statutul lor social. Acestei vulnerabilităţi i se adaugă problema achiziţionării unei locuinţe, problemă pentru majoritatea covârşitoare a tinerilor. Celelalte probleme sunt percepute în funcţie de poziţia socială a indivizilor. Se poate arăta – mai ales pentru eşantionul populaţiei maghiare din Transilvania – că pentru clasele de sus ale societăţii primează probleme non-materiale legate de fenomenul globalizării şi al societăţii informaţionale, fie ele lipsa obiectivelor, incultura, criza morală sau criza familiei. Persoanele din grupul deprivaţilor şi din clasa de jos menţionează mai ales problemele referitoare la situaţia lor materială şi sărăcia.

În perspectiva schimbărilor sociale, în special în ceea ce priveşte comunitatea maghiară din Transilvania, percepţia problemelor de către tineri s-a modificat. În rândul tuturor claselor sociale importanţa problemelor conexe globalizării (cum este problema consumului de droguri) a crescut faţă de anul 2001, însă a scăzut semnificaţia problemelor ca *lipsa obiectivelor, a speranţei de viitor.* În funcţie de statut social schimbările sunt mai însemnate mai ales în rândul celor cu educaţie superioară, unde problema viitorului fără speranţă a pierdut teren. Locul acesteia a fost luat de alte probleme non-materiale.

La tinerii maghiari din Transilvania constatăm câteva particularităţi faţă de media pe ţară. Un fenomen general este faptul că la aceşti tineri nemulţumirea faţă de situaţia generală a tineretului este mai mică decât media pe ţară. Totuşi, în ceea ce priveşte propria situaţie, proporţia celor mulţumiţi este similară cu cea a tinerilor din România în general.

Bibliografie

BECK, Ulrich
2005 *Mi a globalizáció?* Belvedere Kiadó, Szeged.
BOURDIEU, Pierre
1984 *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste.* Routledge & Kegan Paul, London.
1978 A legitimitások hierarchiája. In: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése.* Gondolat, Budapest, 129-135.

Material cu drept de autor

1997 Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: ANGELUSZ Róbert (coord.): *A társadalmi rétegződés komponensei. Válogatott tanulmányok.* Új Mandátum, Budapest, 156–177.

CASTELLS, Manuel

1996 *The Information Age – Economy, Society and Culture I–III, vol. I.: The Rise of the Network Society.* Blackwell Publishers, Oxford.

DOMAŃSKI, Henryk

2001 A szegénység társadalmi meghatározói a posztkommunista társadalmakban. *Szociológiai Szemle* (4) 40-65.

FURLONG, Andy – STADLER, Barbara – AZZOPARDI, Anthony

2003 *Sebezhető ifjúság. Sebezhetőség az oktatásban, a munkavállalásban és a szabadidőben Európában.* Belvedere Kiadó, Szeged.

GÁBOR Kálmán – VERES Valér (coord.):

2005 *Perifériából a centrumba.* Belvedere Kiadó, Szeged.

GÁBOR Kálmán

2004 Globalizáció és ifjúsági korszakváltás. In: GÁBOR Kálmán – JANCSÁK Csaba (coord.): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben.* Belvedere Meridionale, Szeged, 28-72.

GOLDTHORPE, J .H. – LOCKWOOD, David – BECHHOFER, Frank – PLATT, Jennifer

1969 *The Affluent Worker in the Class Structure.* Cambridge University Press.

KISS Tamás – BARNA Gergő – SÓLYOM Zsuzsa

2008 *Erdélyi magyar fiatalok 2008. Közvélemény-kutatás az erdélyi magyar fiatalok társadalmi helyzetéről és elvárásairól. Összehasonlító gyorsjelentés.* Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Working Paper 12, Kolozsvár.

KOLOSI Tamás – RÓBERT Péter

2004 A magyar társadalom szerkezeti átalakulásának és mobilitásának fő folyamatai a rendszerváltás óta. In: *Társadalmi Riport.* TÁRKI, Budapest.

SPÉDER Zsolt

2002 *A szegénység változó arcai.* Századvég, Budapest.

UTASI Ágnes

2000 Alakuló magyar középosztályok. In: *Középosztály kapcsolatok.* Új Mandátum, Budapest.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

Iulian N. DALU

Orientări şi valori ale tinerilor maghiari şi români cu privire la educaţie, muncă şi carieră

Dacă ar fi să caracterizăm, în sens foarte general, categoria socială a tinerilor, elementul său definitoriu n-ar putea fi altul decât *orientarea spre viitor*, spre deosebire de adult, orientat mai mult spre prezent, respectiv de vârstnic, orientat mai mult spre trecut. Orientarea spre viitor determină astfel *tranziţia spre emancipare* pe care o suportă orice tânăr spre dobândirea unui statut social recunoscut – a unei identităţi care să-l legitimeze şi care să-i permită *independenţa* şi *dezvoltarea*. De aceea, „tinereţea" interesează ştiinţele sociale mai ales din perspectiva tranziţiei pe care o realizează între cei doi mari poli ai vieţii societale: educaţia şi munca.

În acest sens, articolul de faţă face parte dintr-o lucrare mai amplă care îşi propune oferirea unei imagini la scară naţională a valorilor, aspiraţiilor, capitalului de pregătire, intenţiilor, motivaţiilor, strategiilor, dar şi a dificultăţilor tinerilor de integrare pe piaţa muncii, ţinând seama de o serie de criterii sociale, demografice şi teritoriale, precum: vârsta, etnia, religia, regiunea din care tinerii fac parte etc. În limitele datelor primare avute la dispoziţie, articolul propune analizarea şi compararea a patru caracteristici legate de educaţie şi muncă între populaţia maghiară şi cea română din Transilvania:

a) percepţia rolului general al şcolii în ceea ce priveşte profesia şi viaţa tinerilor;
b) statutul ocupaţional al tinerilor;
c) percepţia tinerilor asupra locului de muncă.

Articolul are la bază date recente din anchete sociale desfăşurate în perioada 2007 şi 2008, precum: Barometrul tineretului pe regiuni, 2007

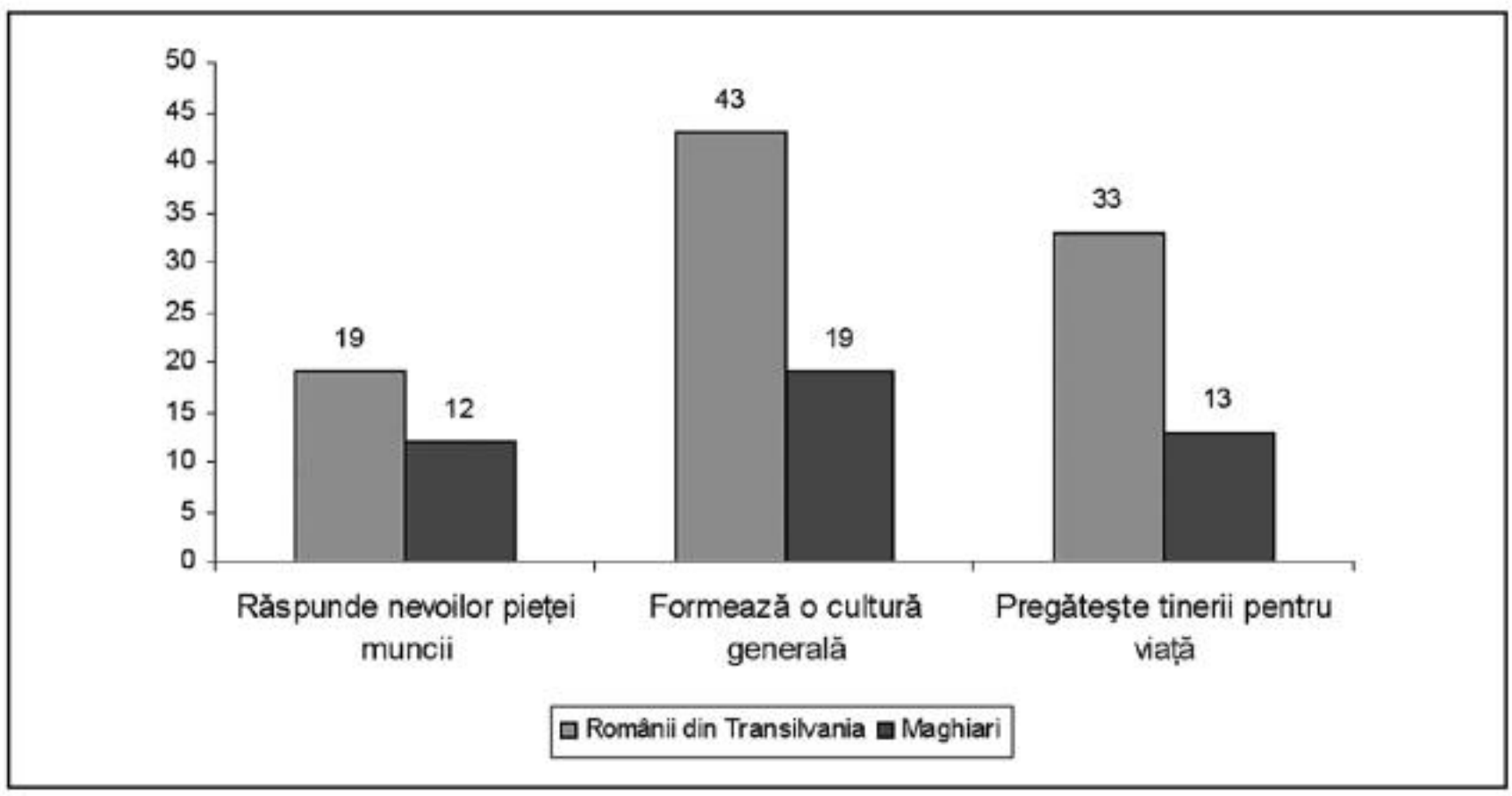
Material cu drept de autor

şi Cercetare asupra tinerilor din Transilvania, 2008. Am considerat oportună includerea Barometrului tineretului în analiză datorită faptului că este un eşantion reprezentativ şi pe regiuni dată fiind mărimea lui.

1.Percepţia rolului general al şcolii în ceea ce priveşte profesia. Comparaţii pe etnii

Conform opiniei exprimate de majoritatea tinerilor, atât români, cât şi maghiari, şcoala nu mai constituie un reper absolut sau un centru privilegiat al procesului de educaţie. Tinerii maghiari sunt încă şi mai „radicali" în această privinţă. Astfel, dacă 43% dintre tinerii români sunt de acord *în mare măsură* că şcoala formează o cultură generală, tinerii maghiari susţin acest punct de vedere doar în proporţie de aproape 20%. De asemenea, dacă o treime dintre tinerii români din Transilvania (cca 33%) sunt de acord *în mare măsură* că şcoala pregăteşte tinerii pentru viaţă, nu acelaşi lucru este valabil în cazul maghiarilor, care îi recunosc şcolii această menire doar în proporţie de cca 13%.

Figura 1. La ora actuală, consideraţi că şcoala răspunde nevoilor pieţei muncii? Distribuţia răspunsurilor „Da, în mare măsură" (%). Comparaţie tineri români din Transilvania (2007) şi tineri maghiari din Transilvania (2008)



Material cu drept de autor

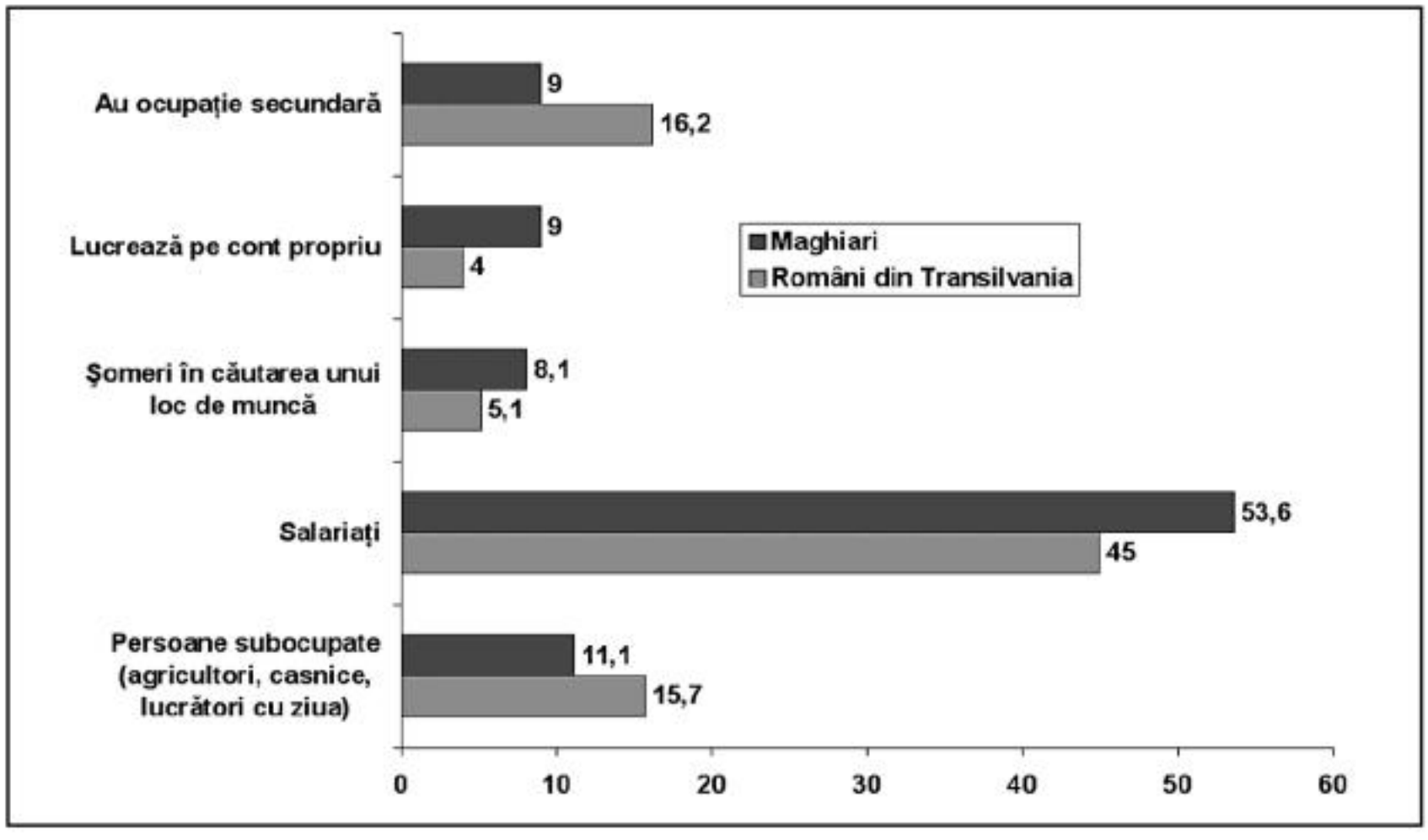
În ceea ce priveşte capacitatea şcolii de a se adapta schimbărilor rapide de pe piaţa muncii şi a profesiilor din ultimii ani, tinerii, atât români, cât şi maghiari, au o atitudine mai degrabă negativă. Astfel, doar cca 19% dintre români consideră că şcoala răspunde *în mare măsură* nevoilor pieţei muncii, în timp ce doar 12% dintre maghiari declară acelaşi lucru. Este evident, astfel, că educaţia din ţara noastră – mai ales cea preuniversitară –, ca urmare a alocării centralizate, este în opinia respondenţilor înapoiată faţă de cererea reală de pe piaţa ocupaţiilor şi a profesiilor, fie prin inexistenţa anumitor specializări în aria curriculară, fie prin calitatea scăzută sau lipsa de valoare practică a acestora. Această neconcordanţă poate fi datorată de fapt unui lanţ de relaţii vicioase şi inadecvate, distribuite pe mai multe niveluri:

2. Statutul ocupaţional al tinerilor. Comparaţie pe etnii

Referitor la statutul ocupaţional, cercetările furnizează date interesante cu privire la stilul şi condiţiile de viaţă ale tinerilor maghiari în comparaţie cu cei români. Astfel, românii par a fi afectaţi în mai mare măsură de fenomenul subocupării (semiocupării) decât maghiarii – lucrători cu ziua, casnice şi lucrători agricoli în gospodăria proprie –, cca 16% faţă de 11%, caracterizându-se probabil printr-un stil de viaţă mai tradiţional, mai dependent de gospodărie. În schimb, maghiarii sunt mai afectaţi de fenomenul neocupării (al şomajului înregistrat sau nu) faţă de români: 8% faţă de doar 5%.

Material cu drept de autor

Figura 2. Caracteristici ocupaţionale (%). Comparaţie tineri români din Transilvania (2007) şi tineri maghiari din Transilvania (2008)



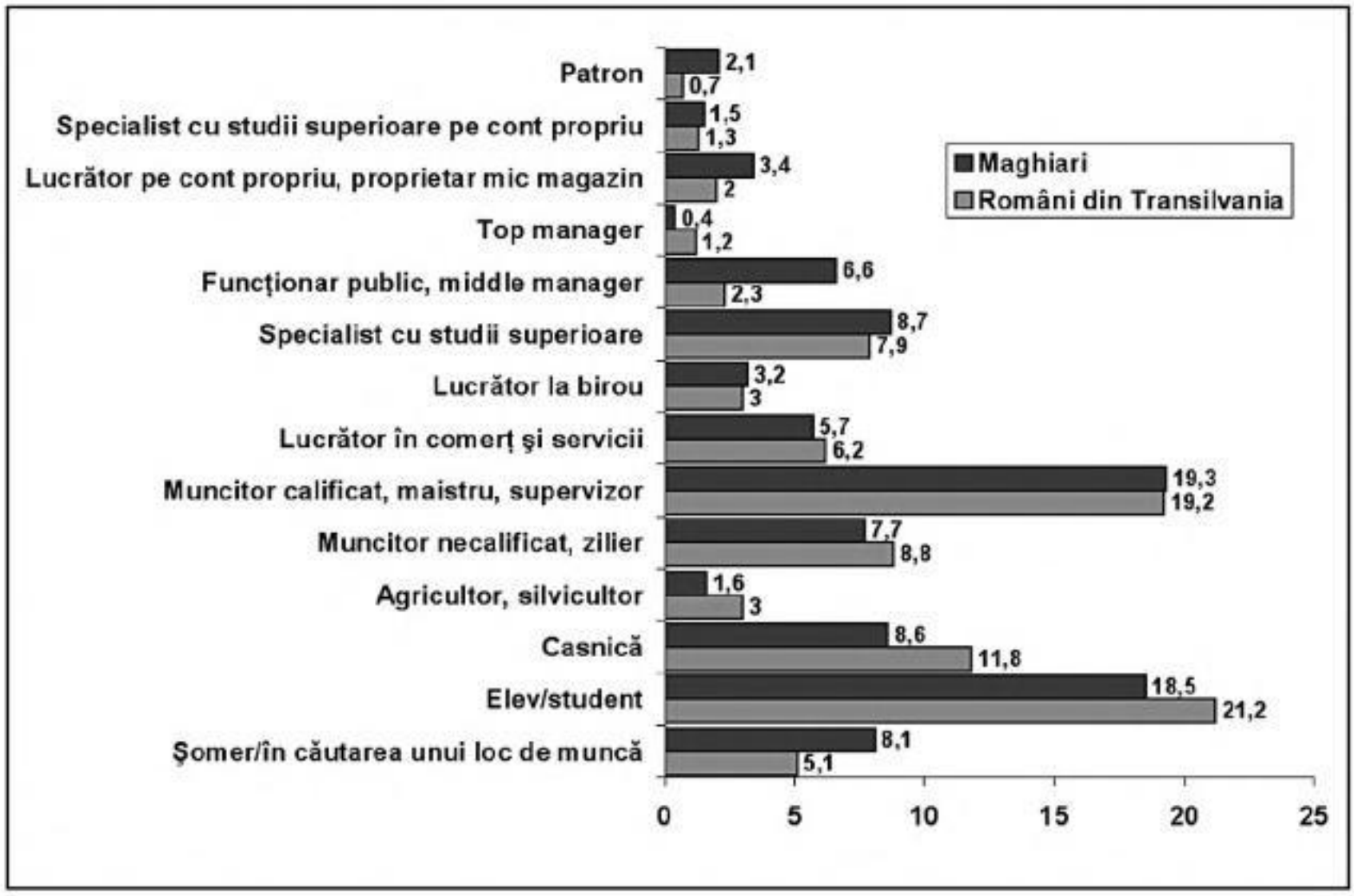
Şi în ceea ce priveşte alte caracteristici înregistrăm diferenţe importante. Astfel, ponderea salariaţilor din populaţia maghiară este de cca 54% faţă de doar 45% în cazul românilor, probabil ca urmare a intrării mai timpurii pe piaţa muncii, ceea ce arată o independenţă mai crescută a maghiarilor faţă de familia de apartenenţă. De asemenea, tinerii maghiari par mai predispuşi la „a-şi lua viaţa în mâini" şi în ceea ce priveşte munca pe cont propriu: 7% maghiari faţă de doar 4% români, incluzându-i pe patroni, pe intelectualii cu profesii liberale şi pe lucrătorii independenţi.

De cealaltă parte, românii sunt mai predispuşi să se implice în activităţi lucrative secundare decât maghiarii: 16% faţă de 9%, dovedind poate o mai bună adaptabilitate şi versatilitate pe piaţa muncii.

Analizând harta mai amănunţită a ocupaţiilor şi profesiilor, putem constata alte câteva deosebiri semnificative. Astfel, se pare că tinerii maghiari părăsesc şcoala mai timpuriu decât românii: doar cca 18% dintre maghiari sunt elevi sau studenţi, faţă de 21% dintre români, fiind deci mai înclinaţi spre autonomie personală şi materială. În plus, românii sunt ceva mai tradiţionalişti, numărul casnicelor şi al agricultorilor neremuneraţi fiind mai mare în cazul acestora decât în cel al maghiarilor.

Material cu drept de autor

Figura 3. Statutul ocupaţional şi profesional (%). Comparaţie tineri români din Transilvania (2007) şi tineri maghiari din Transilvania (2008)



În schimb, în ceea ce priveşte alte ocupaţii, diferenţele nu sunt semnificative: procentul muncitorilor calificaţi, al celor necalificaţi, al lucrătorilor în comerţ/servicii, respectiv al angajaţilor cu studii superioare fiind aproximativ egal.

3. Percepţia tinerilor asupra locului de muncă. Comparaţie pe etnii

Din analiza satisfacţiei muncii se degajă următoarele aspecte:

i. Elementul cel mai apreciat a fost mediul colegial propice exercitării în condiţii normale a profesiei, urmat de relaţiile pozitive cu superiorii (în jur de jumătate dintre tineri).

ii. De asemenea, mulţi tineri (între 40 şi 50%) îşi declară satisfacţia în legătură cu posibilitatea de a-şi folosi propriile competenţe şi capacităţi

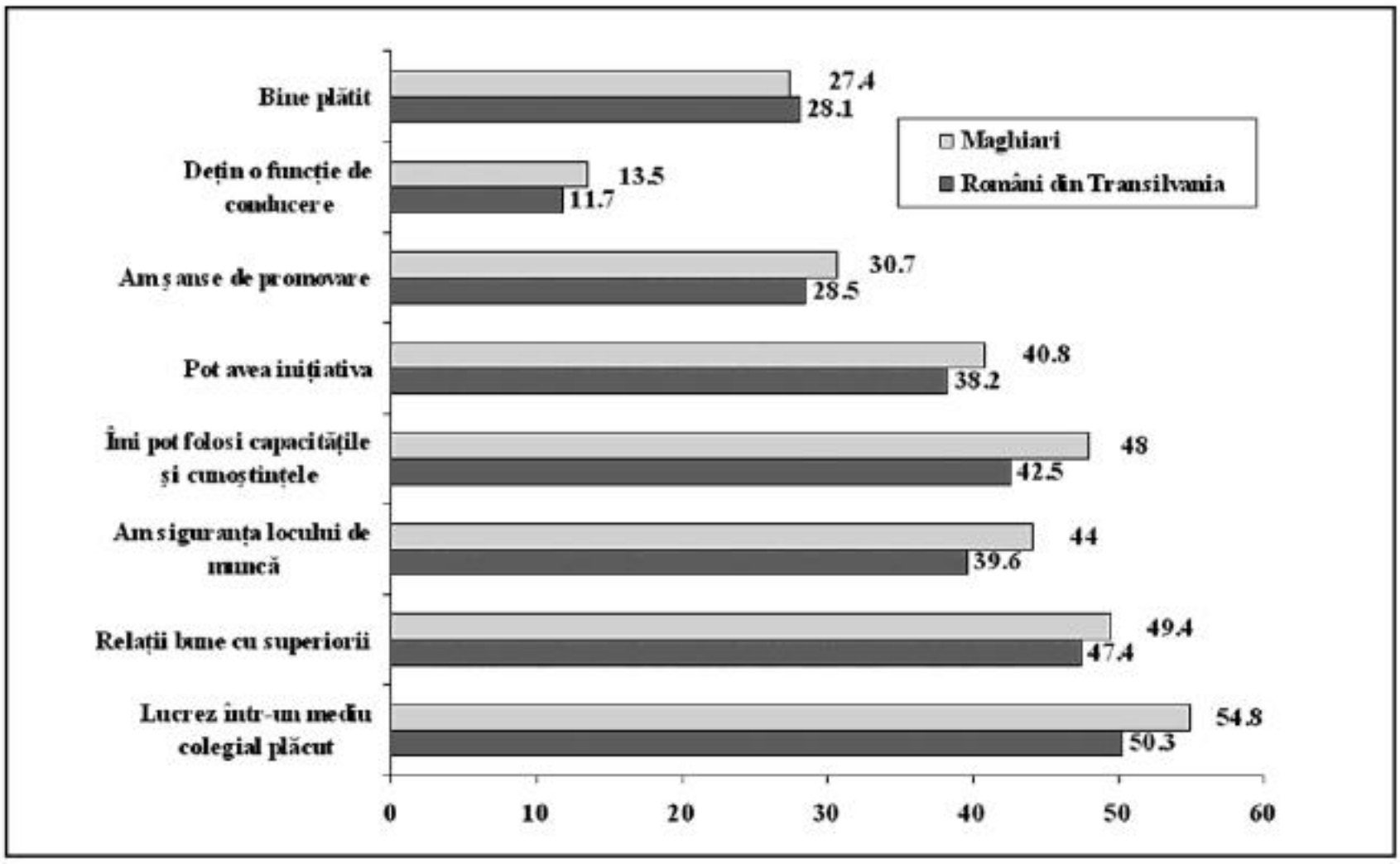
Material cu drept de autor

la locul de muncă, posibilitatea de a-şi manifesta iniţiativa, coroborate cu siguranţa locului de muncă.

iii. În schimb, şansele de promovare sunt reale doar pentru o treime dintre tineri, iar numai un sfert apreciază că sunt bine plătiţi la locul de muncă.

iv. În fine, dintre tineri, doar cca 10-15% declară că deţin o funcţie de conducere.

Figura nr. 4. Gândindu-vă la locul dvs. de muncă, în care dintre următoarele situaţii vă aflaţi? (%). Comparaţie tineri români din Transilvania (2007) şi tineri maghiari din Transilvania (2008)



În privinţa deosebirilor dintre tinerii maghiari şi cei români, acestea nu sunt semnificative. Totuşi, putem constata că pe ansamblu tinerii maghiari au o satisfacţie a muncii superioară faţă de tinerii români, mai ales în ceea ce priveşte posibilitatea de a-şi folosi capacităţile şi cunoştinţele, respectiv siguranţa locului de muncă.

Material cu drept de autor

4. Concluzii

Conform opiniei exprimate de majoritatea tinerilor, atât români, dar mai ales de cei maghiari, şcoala nu mai constituie un reper absolut sau un centru privilegiat al procesului de educaţie. În plus, foarte puţini tineri – atât maghiari, cât şi români – consideră că şcoala răspunde *în mare măsură* nevoilor pieţei muncii. Legat de ocupaţii, românii se caracterizează printr-un stil de viaţă tradiţional şi mai dependent de gospodărie decât maghiarii. Astfel, se pare că tinerii maghiari părăsesc şcoala mai timpuriu decât românii, fiind deci mai înclinaţi spre autonomie personală şi materială. Pe ansamblu, tinerii maghiari au o satisfacţie a muncii superioară faţă de tinerii români, mai ales în ceea ce priveşte posibilitatea de a-şi folosi capacităţile şi cunoştinţele, respectiv siguranţa locului de muncă.

Bibliografie

Barometrul Tineretului 2007. Agenţia Naţională pentru Sprijinirea Iniţiativelor Tinerilor, Bucureşti, 2007.

Cercetare asupra tinerilor din Transilvania 2008. Cluj-Napoca, 2008.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

BARNA Gergő

Timp liber, cultură, media, internet – obiceiuri de consum ale tinerilor români şi maghiari

1. Context metodologic, teoretic şi internațional

Studiul de față analizează obiceiurile de utilizare a internetului, consumul cultural şi petrecerea timpului liber de către tinerii maghiari din Transilvania. Pe de o parte încercăm să prezentăm dinamica în timp a fenomenelor analizate, pe de altă parte comparăm datele referitoare la tinerii maghiari cu trendurile naționale. Analiza se bazează pe trei culegeri de date empirice: pe partea referitoare la Transilvania şi Secuime a cercetării realizate în toamna anului 2001, Tineri maghiari în Bazinul Carpatic (MOZAIC 2001), (1598 de cazuri/subiecți, tineri maghiari cu vârste între 18-29 ani); pe cercetarea din România, realizată în iunie 2008 de către Agenția Națională pentru Tineret (ANT-ANSIT) (998 de cazuri/subiecți, tineri între 18-35 ani); respectiv pe cercetarea făcută de Institutul Național pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale din Cluj în septembrie 2008 pe un eşantion reprezentativ în rândul tinerilor maghiari din Transilvania (1202 de cazuri/subiecți, tineri maghiari între 18-35 ani). Pe parcursul analizei, pe alocuri vom face referiri şi la subeşantioanele respectivelor cercetări. Ca bază pentru compararea în timp am luat în considerare grupele de vârstă între 18-29 de ani ale cercetării reprezentative în rândul tinerilor maghiari din 2008 (786 de cazuri). În scopul posibilității de comparare pe marginea etnicității – în primul rând cu scopul eliminării diferențelor regionale – tinerii maghiari din Transil-

Material cu drept de autor

vania sunt comparați în mai multe cazuri cu tinerii români din Transilvania, pe baza datelor ANSIT 2008 (253 de cazuri).

În centrul analizelor empirice stau activitățile de petrecere a timpului liber. Cercetările nu au pus întrebări referitoare la bugetul de timp, astfel că pe parcursul analizei trebuie să ne limităm la frecvența anumitor activități. Totodată nu putem să nu așezăm aceste activități într-un cadru mai general oferit de studiile din bibliografia internațională de specialitate care se referă la obiectul nostru de cercetare.

Definițiile timpului liber utilizate în diferitele abordări variază într-o plajă relativ largă. În analiza noastră vom porni de la definiția utilizată de Joffre Dumazedier, în accepțiunea căreia timpul liber este legat de activitate. Dumazedier consideră că timpul liber este un ansamblu de activități în care individul poate să se dedice din plin, după preferințe, fie pentru a se reface, fie pentru a se distra, fie pentru a-și dezvolta informarea sau formarea, după ce și-a îndeplinit obligațiile profesionale, familiale și sociale (Azzopardi 2004: 223).

În ultimele două secole utilizarea timpului s-a transformat fundamental. În general se poate spune că se observă o creștere continuă a timpului liber. Instituționalizarea timpului liber s-a produs odată cu industrializarea și urbanizarea. În societățile agrare premoderne nu putem vorbi despre timp liber instituționalizat, deoarece nu există nici timp de muncă instituționalizat. Obligațiile gospodărești tradiționale nu încetează nici duminica și nici în zilele de sărbătoare (Roth 2002: 146).

În 1800 bugetul de timp al duratei de viață era compus din 43% activități fiziologice (somn, odihnă etc.), 14% perioada copilăriei și a școlii, 5% transportul, circulația, 30% timpul de muncă și 8% perioada timpului liber. Între 1800 și 2000 speranța de viață s-a dublat, ajungând de la 36 de ani la 72 de ani, durata timpului liber crescând de mai mult de șase ori, de la 3 la 19 ani. În procente, în 2000, timpul liber reprezenta 26% din durata de viață. În ultimele două secole timpul dedicat muncii a scăzut de la 30% la 11%, fiind și singura dintre activitățile enumerate care a scăzut și în valori absolute, de la 11 la 8 ani (Angelescu–Jula 1997: 32).

În 1996 a apărut una dintre cele mai mari culegeri de cercetări privind bugetul de timp din țările dezvoltate ale lumii (Australia, Canada, Franța, Germania, Marea Britanie, Hong Kong, Israel, Japonia, Noua Zeelandă, Polonia, Spania). Culegerea a apărut în 1996 sub titlul *World Leisure*

Material cu drept de autor

Participation: Free Time in the Global Village.[1] Pe baza analizelor vom avea un răspuns foarte clar în ceea ce priveşte felul şi procentul activităţilor cu care se ocupă populaţia ţărilor dezvoltate. De regulă peste tot timpul se împarte în felul următor: din cele 168 de ore ale săptămânii, 68 de ore reprezintă somnul şi mâncatul, 40 de ore munca, 40 de ore timpul liber şi 20 timpul „semiliber" (de la transport la intimitate). Peste tot, activităţile cele mai frecvente sunt: 90-95% din populaţie se uită la televizor, urmat în ordine de petrecerea timpului în compania grupurilor de prieteni, cu 55-70%, cumpărăturile, cititul bucurându-se de 25-30%, frecventarea cinematograful de 10-20%. Gradul de frecventare a teatrelor, a muzeelor şi a expoziţiilor este mai mic (Vitányi 2006: 157).

Merită să vedem printr-o comparaţie la nivel european cum anume au evoluat cifrele de măsurare a intensităţii consumului cultural în trecutul apropiat. Acest fapt este ilustrat de tabelul următor pe baza Eurobarometrului din 2007.

1. Participarea cetăţenilor Uniunii Europene la activităţi culturale, 2007. Procentul celor care în ultimele 12 luni cel puţin o dată:

	Au citit carte	Au fost la cinema	Au vizitat muzee, expoziţii	Au fost la concert	Au fost la bibliotecă	Au fost la teatru	Au fost la balet sau operă
UE27	**71**	**51**	**41**	**37**	**35**	**32**	**18**
Austria	79	56	39	43	24	42	18
Belgia	65	54	42	40	37	33	17
Bulgaria	58	22	20	28	19	21	9
Cipru	56	38	25	29	13	25	10
Cehia	**82**	53	44	45	32	**44**	20
Danemarca	**83**	**69**	**65**	**58**	**68**	40	**27**
Regatul Unit al Marii Britanii	**82**	53	49	40	**53**	41	20

1 Redactorii volumului: Grant Cushman (Noua Zeelandă), A. J. Veal (Australia) şi Jiři Zuzanek (Canada).

Material cu drept de autor

Estonia	79	34	48	**62**	51	**49**	23
Finlanda	79	52	**51**	51	**72**	**48**	23
Franța	71	**63**	43	35	33	23	19
Grecia	59	46	25	21	15	30	12
Olanda	**84**	**62**	**62**	**56**	51	**58**	**26**
Irlanda	75	**66**	38	49	47	33	13
Polonia	64	41	32	29	37	18	12
Letonia	75	36	47	**59**	39	41	21
Lituania	64	33	33	52	32	27	20
Luxemburg	72	62	**54**	53	21	40	**27**
Ungaria	78	36	39	31	33	31	16
Malta	45	49	34	32	24	25	**28**
Germania	81	53	48	42	28	37	19
Italia	63	54	34	31	29	26	20
Portugalia	50	39	24	23	24	19	9
România	58	22	27	28	22	20	8
Spania	59	56	38	34	29	25	12
Suedia	**87**	**71**	**62**	**53**	**70**	**47**	**26**
Slovacia	80	50	40	37	42	37	16
Slovenia	72	47	39	49	**53**	36	16

Sursă: Eurostat news release, 146/2007 – 29 octombrie 2007

Tabelul de mai sus arată foarte bine că în ceea ce priveşte frecvența celor 7 activități culturale analizate populația României (cei peste 15 ani) se clasează în cazul fiecărei activități printre ultimele 5 țări din cele 27 de țări membre (în ordinea descrescătoare a consumului). Țările nordice conduc lista (Suedia, Danemarca, Olanda, Estonia şi Regatul Unit), iar țările cu cel mai mic consum cultural sunt Bulgaria, România, Portugalia, Cipru şi Grecia. Merită să subliniem că în acest clasament Ungaria se situează undeva la mijloc, acest lucru fiind important din perspectiva faptului că, potrivit presupunerilor noastre, minoritatea etnică maghiară care trăieşte în România deține într-un oarecare procent atât semnele culturale ale țării-mamă, cât şi pe cele ale majorității.

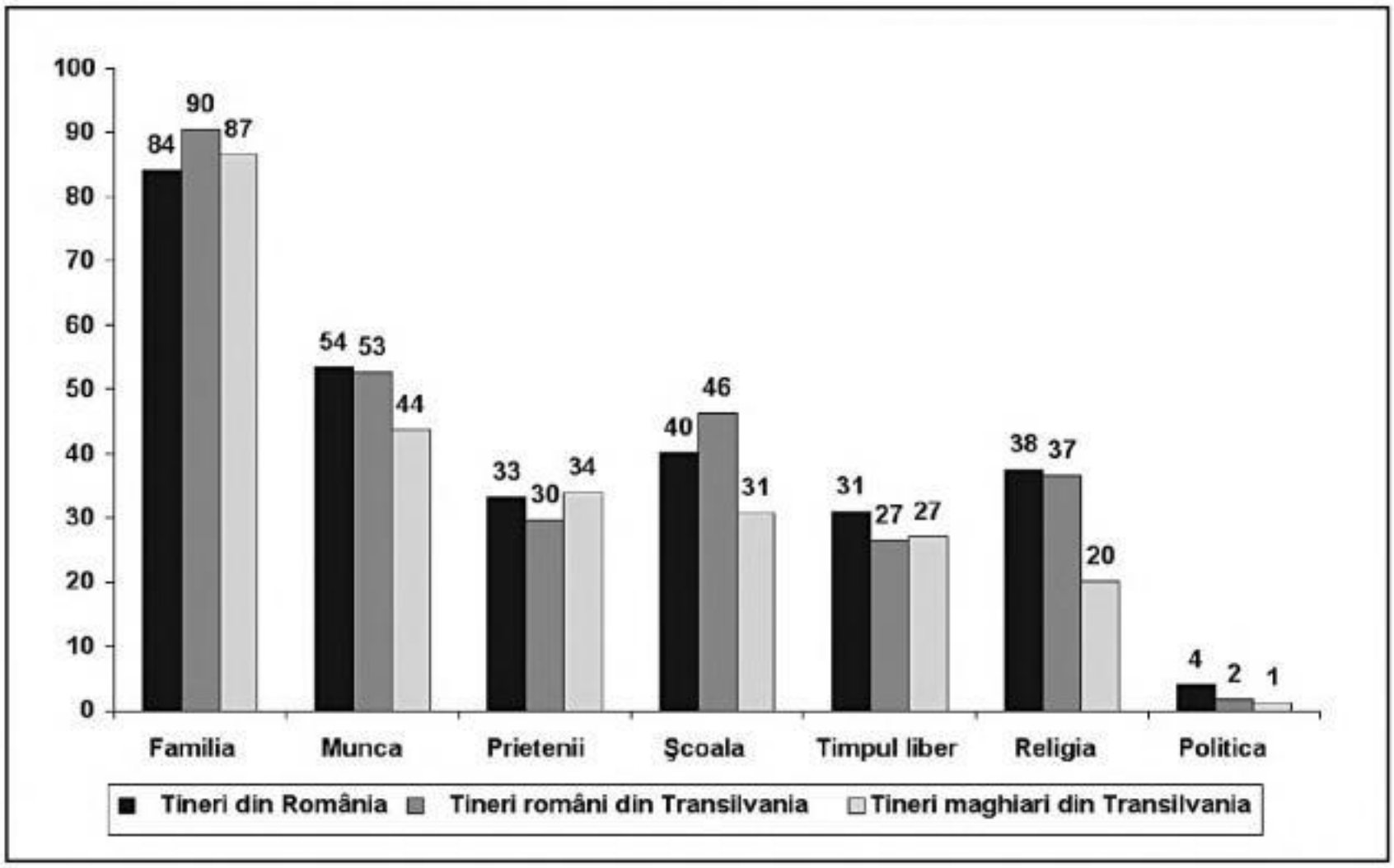
Material cu drept de autor

2. Utilizarea timpului liber de către tinerii din România şi tinerii maghiari din Transilvania

2.1. Aprecierea importanței timpului liber

Înainte de a analiza frecvența diferitelor activități de petrecere a timpului liber, merită să vedem care este opinia tinerilor din România şi a tinerilor maghiari din Transilvania în legătură cu aspectele importante ale vieții.

2. Cât de importante sunt în viața dvs. următoarele lucruri?
Procentul răspunsurilor „foarte important".



Atât în cazul tinerilor români, cât şi în cazul tinerilor maghiari familia este cel mai important dintre domeniile cercetate, aceasta fiind urmată de muncă, lucru care este considerat mai puțin relevand de către tinerii maghiari decât de colegii lor români. Al treilea lucru important în rândul tinerilor din România este şcoala; în cazul tinerilor maghiari aceasta rămâne într-un grad

Material cu drept de autor

mai accentuat în plan secund. Prietenii şi timpul liber au o importanță aproximativ asemănătoare. Tinerii maghiari consideră într-o proporție mai mică decât media națională că timpul liber este foarte important, dar se pare că în spatele acestui fapt stau mai degrabă diferențe regionale, deoarece aprecierea tinerilor români din Transilvania corespunde cu cea a maghiarilor. Cel mai pronunțat decalaj se observă în cazul religiei: grupul tinerilor români care consideră foarte importantă religia este de două ori mai mare decât cel al tinerilor maghiari cu opinii identice. Dintre aspectele cercetate, în cazul tinerilor aparținând ambelor etnii cea mai mică importanță o are politica; în rândul tinerilor maghiari pasivitatea față de politică pare şi mai pregnantă.

2.2. Activități în timpul liber

Obiceiurile de petrecere a timpului liber ale tinerilor maghiari şi ale celor din România sunt relevate cu ajutorul unui set de 11 întrebări. Respondentul trebuia să noteze pe o scală de la 1 la 5 fiecare activitate în parte, în funcție de cât de des întreprinde/practică activitatea respectivă – zilnic, săptămânal (de 2-3 ori), lunar (de 2-3 ori), anual (de 2-3 ori) sau deloc.

3. În timpul dvs. liber cât de des...? Procente.

	Tineri din România (N=998)	Zilnic	Săptă-mânal	Lunar	Anual	Nicio-dată		Me-dia
1	...vă uitaţi la TV?	77,9	17,1	1,8	1,3	1,8		4,68
2	...vă petreceți timpul cu prietenii?	14,5	39,6	29,8	8,1	8,0		3,44
3	...citiți ziare, reviste?	18,6	37,8	21,1	8,7	13,7		3,39
4	...mergeți la cafenea, baruri, terase?	4,5	25,2	41,6	13,5	15,3		2,90
5	...faceți sport, exerciții fizice?	10,8	20,8	21,0	11,4	36,0		2,59
6	...mergeți în excursie?	0,4	2,4	13,9	53,7	29,6		1,90
7	...mergeți în cluburi, discoteci?	0,9	6,9	32,6	23,2	36,4		2,13
8	...mergeți la concerte de muzică uşoară?	0,2	1,0	11,3	46,0	41,6		1,72
9	...mergeți la teatru, spectacole de balet, concerte de muzică clasică?	0,0	0,5	4,9	22,6	72,0		1,34
10	...mergeți la cinematograf?	0,2	1,1	7,1	24,8	66,7		1,43

Material cu drept de autor

	Tineri români din Transilvania (N=253)	**Zilnic**	**Săptă-mânal**	**Lunar**	**Anual**	**Nicio-dată**		**Me-dia**
1	...vă uitaţi la TV?	73,0	20,8	3,4	0,5	2,3		4,62
2	...vă petreceţi timpul cu prie-tenii?	19,0	38,5	28,3	6,8	7,4		3,55
3	...citiţi ziare, reviste?	18,7	34,0	24,5	8,6	14,2		3,34
4	...mergeţi la cafenea, baruri, terase?	4,7	**33,9**	41,2	10,4	9,7		**3,13**
5	...faceţi sport, exerciţii fizice?	11,3	**25,0**	**25,2**	13,7	24,9		**2,84**
6	...mergeţi în excursie?	1,0	1,6	**20,8**	52,3	24,3		**2,03**
7	...mergeţi în cluburi, discoteci?	0,6	6,5	30,6	27,5	34,8		2,10
8	...mergeţi la concerte de muzi-că uşoară?	0,0	0,8	10,1	48,2	40,9		1,71
9	...mergeţi la teatru, spectacole de balet, concerte de muzică clasică?	0,0	1,0	4,4	24,1	70,5		1,36
10	...mergeţi la cinematograf?	0,4	0,4	4,8	26,6	67,8		1,39
	Tineri maghiari din Transilvania (N=1202)	**Zilnic**	**Săptă-mânal**	**Lunar**	**Anual**	**Nicio-dată**		**Me-dia**
1	...vă uitaţi la TV?	71,7	17,7	5,9	1,2	3,4		4,53
2	...vă petreceţi timpul cu prie-tenii?	14,7	42,8	27,8	9,8	4,9		3,53
3	...citiţi ziare, reviste?	26,1	31,3	15,8	10,9	15,8		3,41
4	...mergeţi la cafenea, baruri, terase?	3,8	26,5	31,8	**19,2**	**18,8**		*2,77*
5	...faceţi sport, exerciţii fizice?	11,8	23,3	19,1	11,8	**34,1**		2,67
6	...mergeţi în excursie?	0,3	**4,7**	**30,3**	56,8	8,0		**2,32**
7	...mergeţi în cluburi, discoteci?	0,1	8,5	23,4	23,6	**44,4**		*1,96*
8	...mergeţi la concerte de muzi-că uşoară?	0,1	1,1	11,9	53,1	33,8		1,81
9	...mergeţi la teatru, spectacole de balet, concerte de muzică clasică?	0,1	0,7	**8,4**	**39,0**	51,8		**1,58**
10	...mergeţi la cinematograf?	0,2	1,5	6,2	**35,5**	56,6		**1,53**

Dintre tipurile de activităţi analizate, vizionarea TV este cea mai răspândită activitate de petrecere a timpului liber în rândul tinerilor cu vârste între 18-35 de ani. 78% dintre tinerii din România se uită zilnic la televizor, în Transilvania procentul fiind mai mic; aici 73% dintre tinerii

Material cu drept de autor

români şi 72% dintre tinerii maghiari se uită zilnic la televizor. Cel mai mare procent al celor care nu se uită deloc la TV este în rândul tinerilor maghiari din Transilvania: 3,4%. Marea majoritate a tinerilor se uită la TV cel puțin de câteva ori pe săptămână.

Timpul petrecut împreună cu prietenii este următoarea activitate pe lista celor mai îndrăgite activități de petrecere a timpului liber. Mai mult de jumătate dintre tinerii chestionați îşi petrec timpul cu prietenii cel puțin de câteva ori pe săptămână. În privința intensității întâlnirilor între colegi de generație putem observa de asemenea diferențe regionale; în rândul tinerilor ardeleni înregistrăm un procent mai mare decât la nivel național. Din perspectivă etnică nu există diferențe, în această privință tinerii români şi maghiari din Transilvania sunt foarte asemănători. În ambele cazuri ponderea celor care îşi petrec timpul liber cu prietenii de mai multe ori pe săptămână este de 57,5%.

În cazul consumului de presă scrisă putem să constatăm o diferență etnică ceva mai puternică. Tinerii maghiari citesc frecvent presa, deşi într-un procent mai mic decât colegii lor români. Merită observat că în cazul tinerilor maghiari creşte tabăra celor care citesc zilnic (26%), în timp ce în cazul tinerilor români domină frecvențele săptămânale şi lunare. De aici rezultă că este foarte probabil ca un procent mai mare dintre tinerii maghiari să citească cotidiene, pe când colegii lor români citesc mai degrabă magazine, periodice şi reviste care apar la intervale de timp mai mari. Cauzele trebuie căutate, se pare, pe partea de ofertă; tinerii maghiari au mai puține alternative în alegerea unui magazin sau a unui jurnal de specialitate, sau unui jurnal, magazin pentru tineri în comparație cu colegii lor români. Situația se datorează legăturii directe dintre lectură şi limbă; utilizarea limbii determină în mare măsură consumul de media.

Frecventarea cafenelelor, a barurilor şi a teraselor arată în parte diferențe regionale. În rândul tinerilor români din Transilvania sunt foarte populare aceste locuri de întâlnire (39% dintre ei merg în aceste locuri de mai multe ori pe săptămână); în cazul tinerilor maghiari popularitatea acestor spații rămâne atât în urma mediei naționale, cât şi în urma mediei pe Transilvania. În cazul tinerilor maghiari din Transilvania, procentul celor care nu frecventează deloc aceste locuri (18,8%) este dublu față de cel al tinerilor români din Transilvania (9,7%).

Material cu drept de autor

Practicarea sportului este cea mai răspândită în rândul tinerilor români din Transilvania; tinerii maghiari fac sport în proporție sensibil egală (36%, respectiv 35% este procentul celor care fac exerciții fizice de mai multe ori pe săptămână). Diferențele regionale pot fi considerate semnificative: în Transilvania mai mulți tineri fac sport şi chiar mai intens, mai frecvent decât la nivel național. Privind procentele naționale, se poate vedea că aproape 11% dintre tinerii din România fac sport zilnic; totodată mai mult de o treime dintre tinerii cu vârste între 18-35 de ani nu fac deloc exerciții fizice.

Excursia/drumeția este o formă de petrecere a timpului liber mult mai îndrăgită în rândul tinerilor maghiari decât în rândul colegilor lor români. Dintre activitățile analizate aici constatăm cea mai mare diferență între cele două etnii. Problema arată şi o diferențiere regională: şi tinerii români din Transilvania fac excursii în proporție mai mare decât media națională. Mai mult de o treime dintre tinerii maghiari, un sfert dintre românii din Transilvania şi doar 17% din totalul tinerilor care trăiesc în România merg în excursii/drumeții cel puțin o dată pe lună.

Discoteca este mai populară în partea de est şi de sud a țării, dar există diferențe şi din punct de vedere etnic. 40% din totalul populației tinere, 38% dintre tinerii români din Transilvania frecventează cluburile şi discotecile cel puțin o dată pe lună şi puțin mai mult de o treime nu umblă în aceste locuri. Comparativ, doar 32% dintre tinerii maghiari merg la discotecă cel puțin lunar şi aproape jumătate (44%) nu frecventează deloc aceste locuri.

Participarea la concerte de muzică uşoară nu arată diferențe semnificative; cercetarea noastră arată că tinerii maghiari din Transilvania participă puțin peste medie la concerte în comparație cu colegii lor români. 41% din totalul populației, respectiv din populația română din Transilvania nu a fost deloc la spectacole/concert. Acest procent este mai mic în rândul tinerilor maghiari (34%).

Frecventarea teatrelor şi a concertelor este cea de-a doua activitate – după excursie/drumeții – în care sunt pregnante diferențele etnice. Tinerii maghiari frecventează în procent mai mare şi mai des aceste activități decât colegii lor români. 5% dintre tinerii din România şi tinerii români din Transilvania merg la spectacole de teatru sau la concert lunar, în mod regulat, față de cele 9% dintre tinerii maghiari. Totodată, în timp ce mai mult de două treimi dintre tinerii români nu frecventează deloc

Material cu drept de autor

asemenea spectacole artistice, proporția tinerilor maghiari cu aceeași opțiune este de 50%.

Dintre tipurile de activități cercetate, vizitarea cinematografelor este activitatea cea mai puțin specifică tinerilor maghiari din Transilvania. Pe eșantionul național mersul la cinematograf devansează popularitatea teatrelor și a concertelor. Tinerii maghiari merg la cinematograf într-o proporție ușor mai mare decât tinerii din România sau tinerii români din Transilvania, dar cu frecvență mai redusă decât întreaga populație tânără. În rândul tinerilor din România ponderea celor care merg la cinema cel puțin o dată pe lună este de 9%, în rândul maghiarilor din Transilvania, de 8%, iar în rândul tinerilor români din Transilvania, de 6%.

2.3. Diferențe regionale în petrecerea timpului liber

În cazul tinerilor maghiari vom analiza și structurarea regională și eventualele diferențe dintre regiunile din Transilvania în privința activităților de petrecere a timpului liber.

4. În timpul liber dvs. cât de des...?
Tineri maghiari din Transilvania. Procente.

	Secuime	Partium	Transilvania Centrală	Tineri maghiari din Transilvania
...vă uitați la TV?	4,50	**4,67**	4,47	4,53
...vă petreceți timpul cu prietenii?	3,51	3,51	3,57	3,53
...citiți ziare, reviste?	3,43	**3,74**	3,07	3,41
...mergeți la cafenea, baruri, terase?	2,74	**3,00**	2,63	2,77
...faceți sport, exerciții fizice?	**2,77**	2,55	2,58	2,67
...mergeți în excursie?	2,32	2,15	**2,49**	2,32
...mergeți în cluburi, discoteci?	1,99	**2,12**	1,78	1,96
...mergeți la concerte de muzică ușoară?	1,79	**1,95**	1,69	1,81
...mergeți la teatru, concerte de muzică clasică?	1,54	1,62	1,62	1,58
...mergeți la cinematograf?	1,44	**1,66**	1,57	1,53

Material cu drept de autor

Se poate constata că tinerii maghiari din **Partium**[2] sunt mai activi în mai multe domenii, citesc presă mai des şi în procent mai mare, merg la cinematograf, la concerte, în baruri-cafenele, respectiv la discotecă oarecum mai des. Cu toate că diferenţa nu este foarte accentuată, şi frecvenţa vizionării TV este cea mai mare în Partium. Tinerii din cele trei judeţe sunt mult în urmă faţă de celelalte regiuni în privinţa practicării sportului şi a obiceiului de a merge în excursii.

În interiorul eşantionului maghiar, tinerii din regiunea **Transilvaniei Centrale**[3] sunt cei mai puţini activi în privinţa activităţilor de petrecere a timpului liber analizate. Proporţia cea mai mică este reprezentată de cei care citesc presă scrisă; mai puţini şi mai rar merg la discotecă şi la concerte de muzică uşoară, în cafenele şi baruri; totodată şi procentul celor care se uită la TV este cel mai scăzut. În schimb, tinerii care trăiesc în regiunea Transilvaniei Centrale merg cel mai des în excursii.

Cea mai mare parte a tinerilor maghiari se grupează în regiunea **Ţinutului Secuiesc,**[4] de aceea în cazul lor am avut rezultate apropiate de valoarea medie. Mersul la cinematograf are cel mai scăzut nivel în cazul tinerilor maghiari din Secuime. În această regiune, singura activitate de petrecere a timpului liber care iese în evidenţă în mod semnificativ este practicarea sportului. Proporţia tinerilor care fac sport este mai mare cu 7-8% în rândul tinerilor din această regiune decât în rândul tinerilor maghiari care trăiesc în judeţele vestice ale ţării.

2.4. Tipuri ale activităţilor de petrecere a timpului liber: analiză factorială

Un mare număr al activităţilor analizate ne-a făcut să privim puţin şi în culisele anumitor activităţi. Cu ajutorul analizei factoriale am reuşit să definim patru factori atât în cazul eşantionului naţional, cât şi în cazul eşantionului maghiar din Transilvania. Imaginea care s-a conturat în urma analizei factoriale arată un model foarte asemănător în cazul celor două populaţii.

2 Partium: în această regiune am trecut judeţele Bihor, Satu Mare şi Sălaj.
3 Transilvania Centrală: judeţele Arad, Bistriţa-Năsăud, Braşov, Alba, Hunedoara, Cluj, Caraş Severin, Maramureş, Sibiu, Timiş.
4 Secuime: judeţele Harghita, Covasna şi Mureş.

Material cu drept de autor

5. Analiză factorială – tineri maghiari din Transilvania

Tineri maghiari din Transilvania	**Factori**			
	1	**2**	**3**	**4**
...merg la cafenea, baruri, terase?	,825			
...merg în cluburi, discoteci?	,771			
...îşi petrec timpul cu prietenii?	,737		,303	
...merg la teatru, spectacole de balet, la concerte de muzică clasică?		,840		
...merg la cinematograf?		,796		
...merg la concerte de muzică uşoară?	,310	,574		
...merg în excursii?			,861	
...fac sport, exerciţii fizice?	,295		,560	
...se uită la TV?				,841
...citesc ziare, reviste?		,398		,582

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

6. Analiză factorială – tineri din România

Tineri din România	**Factori**			
	1	**2**	**3**	**4**
...merg la cafenea, baruri, terase?	,787			
...merg în cluburi, discoteci?	,768		,259	
...îşi petrec timpul cu prietenii?	,728			
...merg la teatru, spectacole de balet, la concerte de muzică clasică?		,847		
...merg la cinematograf?		,830		
...merg la concerte de muzică uşoară?	,393	,538	,388	
...fac sport, exerciţii fizice?			,798	
...merg în excursii?		,294	,544	
...citesc ziare, reviste?			,362	,816
...se uită la TV?	,290		-,374	,688

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Material cu drept de autor

Pentru o parcurgere mai uşoară am renunțat la coeficienții de corelație parțială mai mici de 0,25 din structurile factoriale. Se poate observa că cele patru componente sunt determinate de aceleaşi variabile în cazul ambelor eşantioane.

Primul factor este determinat de activitățile mai degrabă distractive practicate împreună cu prietenii. Pe baza observației îl putem denumi **petrecere a timpului liber orientat spre distracție sau socializare.** Putem observa că în ambele eşantioane această variabilă adiacentă are legătură cu practicarea sportului şi cu excursia, respectiv, în cazul populației din România, cu participarea la concerte de muzică uşoară. Explicația este la îndemână; fiecare activitate presupune petrecerea timpului liber în compania altora, şi distracția poate fi prezentă ca factor comun, respectiv fiecare activitate are loc în afara casei, majoritatea în aer liber. Mersul la teatru, concerte, cinematograf este cel de-al doilea factor al nostru, care poate fi definit în mod evident ca fiind centrat pe cultură. Participarea la concerte de muzică uşoară este variabila cea mai slab definită, în sensul că aceasta este în relație atât cu petrecerea timpului liber orientat spre companie şi distracție, cât şi cu activitățile în aer liber. În cazul celui de-al treilea factor putem presupune că petrecerea timpului liber orientat spre mişcare este cea definitorie, fie că este vorba despre practicarea sportului sau despre mersul în excursii/drumeții.

Cel de-al patrulea factor, care înglobează activitățile orientate spre media, este definit de vizionarea TV şi lectura presei scrise. În cazul tinerilor maghiari, lectura ziarelor se leagă parțial de activitățile culturale. În cazul eşantionului național, din perspectiva structurii factoriale, vizionarea programelor de televiziune poate fi o activitate practicată în compania altora şi corelează fără echivoc în mod negativ cu îndeletnicirile orientate spre mişcare.

3. Factori care influențează activitățile de petrecere a timpului liber

Din grupele de variabile conturate de analiza factorială am construit un index.[5] Fiecare tip de petrecere a timpului liber a primit trei coduri, în funcție de cât de caracteristic este pentru situația dată: foarte, mai puțin sau deloc. Variabilele astfel rezultate le vom compara în cele ce urmează

5 Indicatorul sintetic nu a fost construit pe baza ponderilor factoriale, ci în urma însumării simple şi a mediei aritmetice. Scopul a fost comparabilitatea deplină a rezultatelor.

Material cu drept de autor

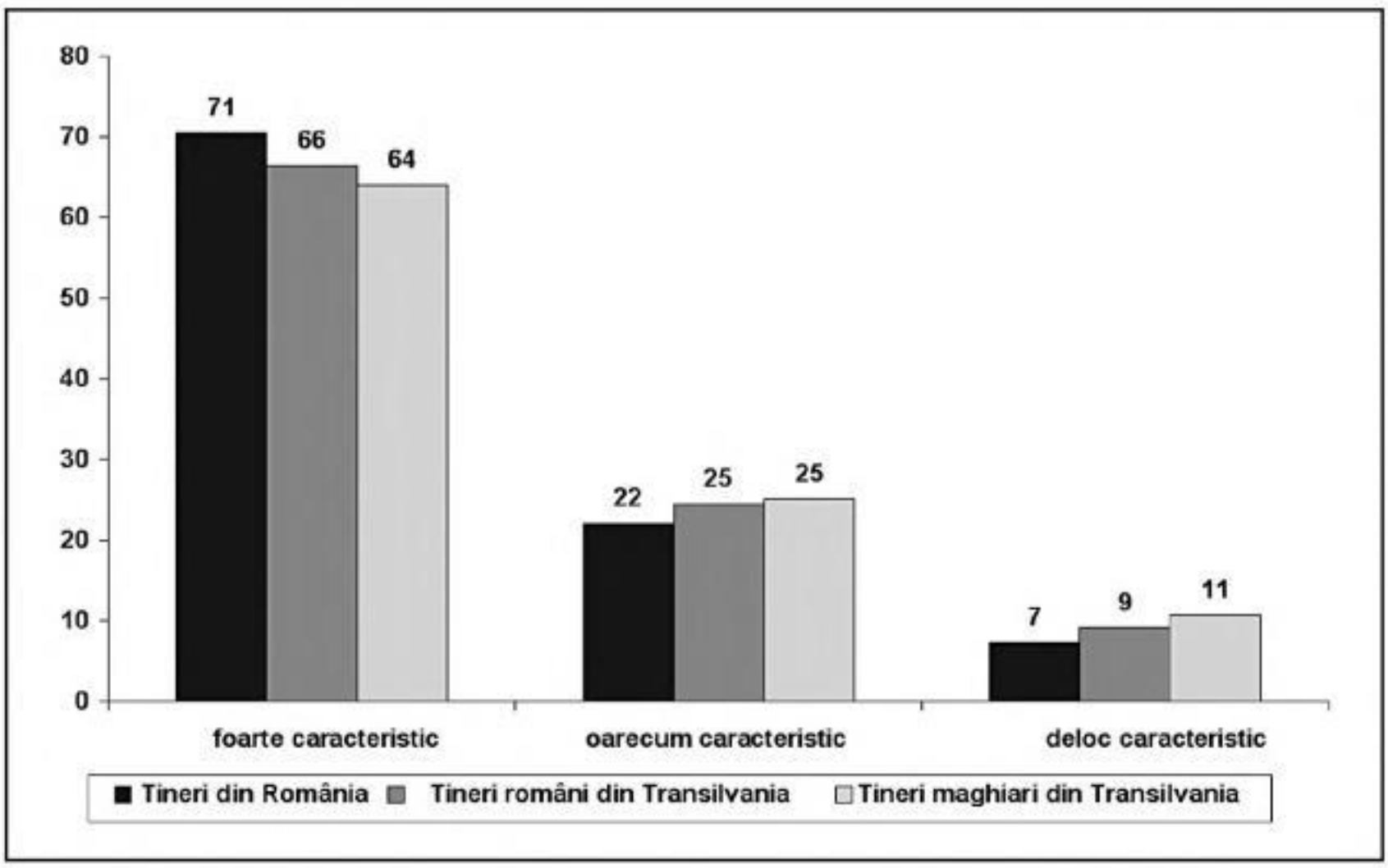
pe cele două eşantioane (tineri din România şi tineri maghiari din Transilvania), respectiv pe subeşantionul tinerilor români din Transilvania.

În cel de-al doilea pas vom analiza orientările de utilizare a timpului liber rezultate în urma analizei factoriale în funcţie de variabilele sociodemografice ale consumatorilor. Vom lucra în total cu opt variabile de profil: mărimea localităţii, sex, grupă de vârstă, nivel de şcolarizare, activitate economică, stare civilă, planning familial, aprecierea subiectivă a venitului.

3.1. Petrecere a timpului liber orientată spre media: consum TV şi ziare

După cum am văzut, dintre activităţile de petrecere a timpului liber analizate de noi, atât în cazul tinerilor din România, cât şi în cazul tinerilor maghiari din Transilvania, vizionarea TV este activitatea practicată cel mai frecvent. Am trecut şi consumul presei scrise în categoria activităţilor de petrecere a timpului liber orientate spre media, fiind a treia cea mai îndrăgită formă de activitate după petrecerea timpului cu prietenii.

7. Petrecere a timpului liber orientată spre media
(vizionare TV / citire ziare)



Material cu drept de autor

Petrecerea timpului liber centrată pe media arată diferențe regionale. Se pare că tinerii din Transilvania sunt în mai mică măsură consumatori de media decât media pe țară. Tinerii din Transilvania se uită mai rar la televizor; în interiorul acestui grup, tinerii maghiari se uită la televizor cel mai puțin. În ceea ce privește obiceiurile de consum al presei scrise pot fi vizibile mult mai ușor diferențele etnice; tinerii maghiari care citesc ziare sunt mai puțini, în schimb ei citesc relativ mai des.

3.1.1. Vizionare TV

Pentru a avea o imagine despre relevanța influenței variabilelor sociodemografice, am cercetat efectele acestora cu ajutorul unui model de regresie linear. Cu toate că distribuția în funcție de variabilele de bază arată în toate cazurile diferențe importante și semnificative, modelul de regresie pe eșantionul maghiar arată că nivelul de educație și vârsta celor chestionați se comportă ca factori generali de influență. Acest lucru înseamnă că și în interiorul grupurilor sociodemografice cercetate, odată cu creșterea nivelului de educație scade, iar odată cu creșterea vârstei crește disponibilitatea de sta în fața televizorului. În rândul tinerilor maghiari din Transilvania se poate constata că cel mai mare procent al celor care nu se uită la televizor aproape deloc[6] este în rândul celor care studiază, sunt înalt calificați, mai tineri de 25 de ani, necăsătoriți și fără copii, au o situație materială bună, respectiv sunt bărbați. În rândul celor care se uită zilnic la televizor nu există diferențe semnificative față de medie, ceea ce înseamnă că opusul categoriilor amintite anterior îngroașă numărul celor care se uită la televizor de 2-3 ori pe săptămână.

Se poate observa în eșantionul tinerilor din România că diferențele din cadrul diferitelor grupuri sociale sunt mai mici în acest caz, ceea ce se datorează probabil faptului că, de regulă, în cadrul acestei populații este mai mic procentul celor care se uită la televizor cel puțin o dată pe lună. Pe eșantionul național iese în evidență că cei care se uită mai rar sau deloc la televizor sunt cei care se confruntă cu probleme materiale, au nivel de școlarizare scăzut și au copii.

6 În categoria „deloc" i-am inclus și pe cei care pornesc televizorul de 2-3 ori pe lună sau pe an.

Material cu drept de autor

8. Vizionare TV pe baza variabilelor adiacente[7]

Variabilă	Valori	Tineri maghiari				Tineri din România	
		Deloc	Des	Beta	Sig.	Deloc	Des
Studii	1 – şcoală generală	11,4	77,8	-0,12	0,00	**7,2**	80,2
	2 – şcoală profesională	5,9	80,3			3,6	80,4
	3 - liceu	9,5	71,4			4,6	81,3
	4 - universitare	**15,8**	61,5			5,1	71,0
Grupă de vârstă	1 - 18-24 ani	**14,8**	65,3	0,09	0,07	4,0	77,8
	2 - 25-29 ani	8,3	72,7			5,2	76,3
	3 - 30-35 ani	7,7	77,9			**6,0**	79,2
Activitate economică	1 – elev, student	**17,3**	64,1	0,04	0,31	2,4	75,6
	2 – activ din punct de vedere economic	8,4	72,1			5,1	78,1
Aprecierea subiectivă a venitului	1 – trăiesc cu griji materiale	9,4	68,8	-0,02	0,51	**7,9**	77,2
	2 – trăiesc cu un buget restrâns	8,0	76,6			3,0	81,3
	3 – trăiesc satisfăcător, bine	**13,0**	68,8			3,6	75,3
Are copii?	1 - nu	**13,0**	66,9	0,03	0,58	4,2	77,3
	2 - da	6,4	79,4			**6,4**	78,7
Mărimea localităţii	1 - < 4.000 locuitori	8,4	75,8	-0,02	0,60	5,0	81,4
	2 – 4.000-30.000 locuitori	10,5	69,9			5,4	73,0
	3 - 30.000-100.000 locuitori	**19,2**	60,0			3,6	88,0
	4 - 100.000-200.000 locuitori	9,3	81,4			3,8	75,5
	5 – peste 200.000	11,4	64,9			5,1	73,6
Stare civilă	1 - necăsătorit	**13,3**	66,3	0,02	0,71	4,6	76,6
	2 - căsătorit, uniune consensuală	7,0	78,7			5,3	79,5

7 Pe lângă variabilele de regresie standardizate şi valoarea lor semnificativă, tabelul conţine şi distribuţia frecvenţelor. În cazul frecvenţelor sunt scoase în evidenţă diferenţele mai mari cu 15% faţă de medie. R^2=0,041.

Material cu drept de autor

Sexul	1 - masculin	**12,5**	70,5	0,01	0,75	4,2	79,6
	2 - feminin	8,4	73,0			**5,7**	76,3
EŞANTION ÎNTREG		**10,5**	**71,7**			**4,9**	**77,9**

3.1.2. Lectura ziarelor

Nivelul de educaţie are o influenţă generală asupra obiceiurilor de citire a ziarelor. Cu cât cineva este mai calificat, cu atât este mai mare probabilitatea ca el să citească ziare şi reviste. În interiorul variabilelor sociodemografice diferenţele între tinerii din România şi tinerii maghiari din Transilvania nu sunt mari; în ambele populaţii cei cu studii superioare şi cei din mediul urban citesc presă într-un procent ridicat. Şi sub aspectul copiilor din familie există diferenţe, cei cu copii citesc presă cu o probabilitate mai mică. Această diferenţă este mai accentuată în cazul eşantionului naţional decât în cazul tinerilor maghiari.

9. Consum de ziare şi reviste pe baza variabilelor adiacente[8]

		Tineri maghiari				**Tineri din România**	
Variabilă	**Valori**	**Deloc**	**Des**	**Beta**	**Sig.**	**Deloc**	**Des**
Studii	1 – şcoală generală	**49,4**	34,0	0,19	0,00	**53,6**	25,5
	2 – şcoală profesională	**38,2**	43,7			**30,8**	49,2
	3 - liceu	22,3	63,5			15,8	58,4
	4 - universitare	12,3	**71,0**			13,8	**70,7**
Aprecierea subiectivă a venitului	1 – trăiesc cu greutăţi materiale	**42,4**	39,4	0,05	0,11	**33,4**	41,1
	2 - trăiesc cu un buget restrâns	24,3	59,0			16,8	64,0
	3 – trăiesc bine, satisfăcător	22,4	63,3			17,1	63,6
Sexul	1 - masculin	28,4	55,8	0,05	0,15	21,9	57,9
	2 - feminin	24,9	59,2			22,9	55,0

8 Pe lângă variabilele de regresie standardizate şi valoarea lor semnificativă, tabelul conţine şi distribuţia frecvenţelor. În cazul frecvenţelor sunt scoase în evidenţă diferenţele mai mari cu 15% faţă de medie. R^2=0,058.

Material cu drept de autor

Stare civilă	1 - necăsătorit	24,3	60,8	-0,06	0,21	20,4	57,3
	2 - căsătorit, uniune consensuală	29,2	53,5			24,6	55,3
Activitate economică	1 – elev, student	24,3	63,3	0,03	0,44	16,4	58,2
	2 – activ din punct de vedere economic	23,7	59,0			18,2	61,1
Grupă de vârstă	1 - 18-24 ani	27,7	55,4	0,02	0,60	24,8	51,7
	2 - 25-29 ani	23,8	62,0			23,0	58,4
	3 - 30-35 ani	28,2	55,7			19,3	59,8
Mărimea localității	1 - < 4.000 locuitori	**32,6**	48,1	0,01	0,65	**26,1**	48,6
	2 - 4.000-30.000 locuitori	21,9	63,9			**33,6**	50,3
	3 - 30.000-100.000 locuitori	22,5	62,5			7,1	**80,0**
	4 - 100.000-200.000 locuitori	27,8	59,5			14,2	63,2
	5 – peste 200.000 locuitori	20,5	**67,6**			18,8	61,6
Aveți co-pii?	1 - nu	24,9	59,5	-0,01	0,82	19,7	59,1
	2 - da	30,1	53,8			**27,0**	51,9
EȘANTION ÎNTREG		**26,7**	**57,4**			**22,4**	**56,4**

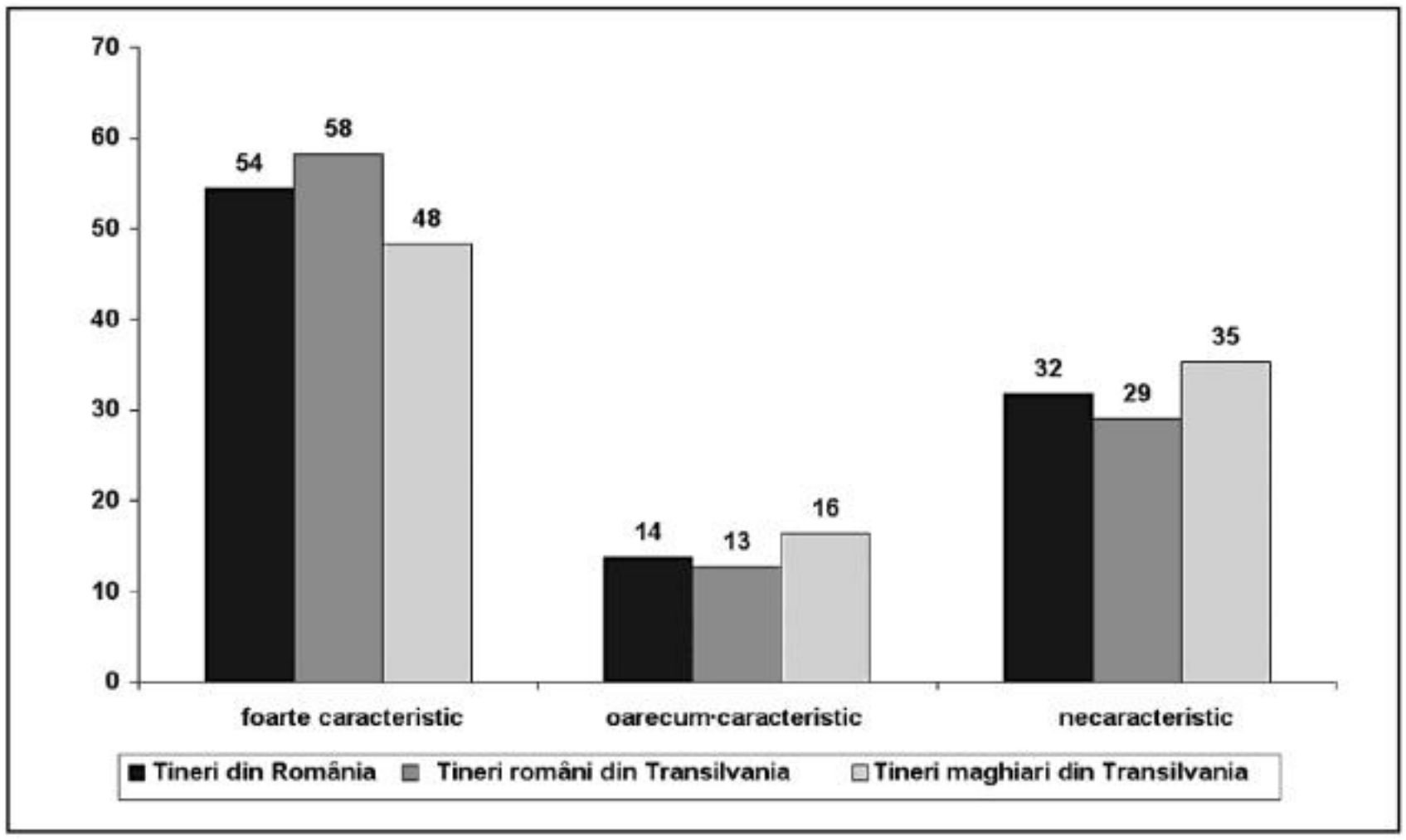
3.2. Petrecere a timpului liber centrată pe companie

Variabila sintetică obținută în urma analizei factoriale arată că activitățile de petrecere a timpului liber orientate spre socializare sunt caracteristice în special tinerilor români din Transilvania. În pofida diferenței regionale, se poate constata că tinerii maghiari care trăiesc de asemenea în această parte a țării pot fi caracterizați de un comportament diferit, mai exact merg mai rar şi în număr mai mic în cafenele, baruri, cluburi, discoteci. În acelaşi timp, în privința frecvenței petrecerii timpului liber împreună cu prietenii, diferența între tinerii români şi maghiari din regiunea Transilvaniei nu este mare; tinerii ardeleni se întâlnesc de regulă mai des cu prietenii în raport cu media națională. Una dintre posibilele explicații ale aparentei contradicții este că tinerii maghiari îşi mențin legăturile de prietenie în cadrul altor tipuri de instituții. Spațiile culturale sau alte spații comunitare pot reprezenta locuri de întâlnire mai îndrăgi-

Material cu drept de autor

te de tinerii maghiari, dar putem să presupunem şi că aceste întâlniri nu au loc în locuri publice (ci la vecini, vizite la prieteni, party-uri acasă).

10. Petrecere a timpului liber orientată spre companie (distracţie)
(cafenea / club, disco / prieteni)



În cadrul diferitelor variabile sociodemografice putem observa diferenţe semnificative în factorul petrecerii timpului liber referitor la distracţie şi la activităţi sociale. Luând în considerare şi modelul de regresie, putem afirma că în general statusul social influenţează activităţile centrate pe companie şi distracţie. Cel mai definitoriu element este prezenţa copilului în familie; tinerii care îşi cresc copilul merg de trei ori mai rar în cafenele, cluburi, discoteci sau la prieteni. Este semnificativă şi diferenţa între sexe, aceste activităţi fiind mai degrabă caracteristice bărbaţilor. În mod asemănător, cei foarte tineri, cei cu situaţie materială mai bună, cei care îşi continuă studiile sunt mai activi în petrecerea timpului liber centrată pe distracţie şi companie.

Material cu drept de autor

11. Petrecerea timpului liber orientată spre socializare (distracție) pe baza variabilelor sociodemografice[9]

Variabilă	Valori	Tineri maghiari				Tineri din România	
		Necaracteristic	Foarte caracteristic	Beta	Sig.	Necaracteristic	Foarte caracteristic
Aveți copii?	1 - nu	16,2	**69,4**	-0,24	0,00	15,7	**72,4**
	2 - da	**65,8**	14,6			**58,3**	24,7
Sexul	1 - masculin	26,2	**60,0**	-0,14	0,00	24,2	**64,0**
	2 - feminin	**44,9**	36,1			**39,7**	44,5
Grupă de vârstă	1 - 18-24 ani	17,3	**71,1**	-0,18	0,00	13,2	**77,6**
	2 - 25-29 ani	29,9	49,4			29,6	53,0
	3 - 30-35 ani	**59,2**	22,8			**54,7**	29,4
Aprecierea subiectivă	1 - trăiesc cu greutăţi materiale	**54,6**	27,3	0,13	0,00	**48,7**	38,7
	2 - trăiesc cu un buget restrâns	37,4	47,1			26,0	62,4
	3 - trăiesc satisfăcător, bine	26,0	**57,3**			22,4	59,9
Stare civilă	1 - necăsătorit	15,8	**71,5**	-0,15	0,00	11,4	**78,7**
	2 - căsătorit, uniune consensuală	**59,3**	20,2			**52,6**	29,7
Activitate economică	1 – elev, student	8,8	**85,2**	-0,11	0,00	7,4	**87,1**
	2 – activ din punct de vedere economic	35,9	43,7			32,8	50,9
Studii	1 - generală	**50,6**	34,6	0,06	0,02	**52,7**	35,5
	2 – şcoală profesională	**46,1**	35,7			**38,7**	50,0
	3 – studii medii	29,4	**56,0**			25,7	**63,1**
	4 – studii superioare	28,6	52,5			27,4	52,2

9 Pe lângă variabilele de regresie standardizate şi valoarea lor semnificativă, tabelul conține și distribuția frecvențelor. În cazul frecvențelor sunt scoase în evidență diferențele mai mari cu 15% față de medie. R^2=0,393.

Material cu drept de autor

Mărimea localității	1 - < 4.000 locuitori	**42,6**	40,7	-0,03	0,28	36,2	52,8
	2 - 4.000-30.000 locuitori	26,3	**58,5**			**42,2**	38,8
	3 - 30.000-100.000 locuitori	30,8	55,6			**36,6**	51,2
	4 - 100.000-200.000 locuitori	**43,8**	41,4			27,4	62,3
	5 – peste 200.000 locuitori	26,4	53,3			19,0	**63,9**
EȘANTION ÎNTREG		**35,3**	**48,4**			**31,8**	**54,4**

După cum am putut observa, modelul de petrecere a timpului liber orientată spre socializare arată din perspectiva variabilelor demografice şi sociale o diferență semnificativă în cazul tinerilor maghiari şi al tinerilor din România. Cu toate că variabile asemănătoare influențează petrecerea timpului liber în compania altora de către tinerii maghiari şi români, putem constata că în cazul tinerilor din România diferențele nu sunt aşa mari în interiorul variabilelor. În timp ce doar 15% dintre tinerii maghiari care îşi cresc copilul merg în cafenele, cluburi, discoteci sau la prieteni, la nivel național un sfert dintre tinerii care au copii participă frecvent la asemenea activități. La fel, în timp ce acest tip de petrecere a timpului liber este caracteristică pentru o treime dintre tinerele maghiare, la nivel național această proporție este de aproape jumătate. Ce poate sta în spatele intensității diferite a vieții sociale în cazul celor două etnii?

O diferență semnificativă poate fi observată între cele două eşantioane sub raportul mărimii localităților, în sensul că în oraşele mari (peste 100 de mii, respectiv peste 200 de mii de locuitori) activitatea socială a tinerilor din România este pronunțat peste nivelul mediu (62-64%).

Acest lucru nu este valabil în cazul tinerilor maghiari, cărora am constatat că această formă de petrecere a timpului liber le este mai caracteristică în localitățile de mărime medie. La o primă vedere putem să credem că avem de-a face cu o definire structurală, deoarece o proporție mai mare a tinerilor din România trăiesc în oraşe mari (Bucureştiul fiind un factor de influență semnificativ). Totodată, dacă cercetăm separat tinerii români din Transilvania, şi în cazul lor putem observa în funcție de mărimea localității modelul de petrecere a timpului liber în companie

Material cu drept de autor

caracteristic pentru întreaga țară, fapt care ne lasă să concluzionăm că în cazul tinerilor maghiari avem de-a face cu alți factori determinanți.

Presupunem că proporția maghiarilor în localitățile date se constituie într-un asemenea factor determinant. Majoritatea semnificativă a tinerilor maghiari din orașele mari trăiesc în ceea ce se poate aproxima prin sintagma „diasporă internă" (Cluj-Napoca, Timișoara, Brașov, Arad, Sibiu, Baia Mare) sau în minoritate (Oradea, Satu Mare). Dacă analizăm nivelul petrecerii timpului liber orientată spre socializare în aceste localități, observăm că în orașele din diaspora internă acesta este undeva în jurul valorii medii (49%), respectiv sub nivelul mediu în acele orașe mari în care maghiarii trăiesc în minoritate (38%). În acest sens putem constata că în cazul întregii populații tinere din țară petrecerea în mod frecvent a timpului liber în compania altora este caracteristică mult peste medie celor care trăiesc în orașe mari (64%).

12. Frecvența consumului de timp liber orientat spre companie (distracție) în orașe cu peste 100 de mii de locuitori. Tineri maghiari din Transilvania.

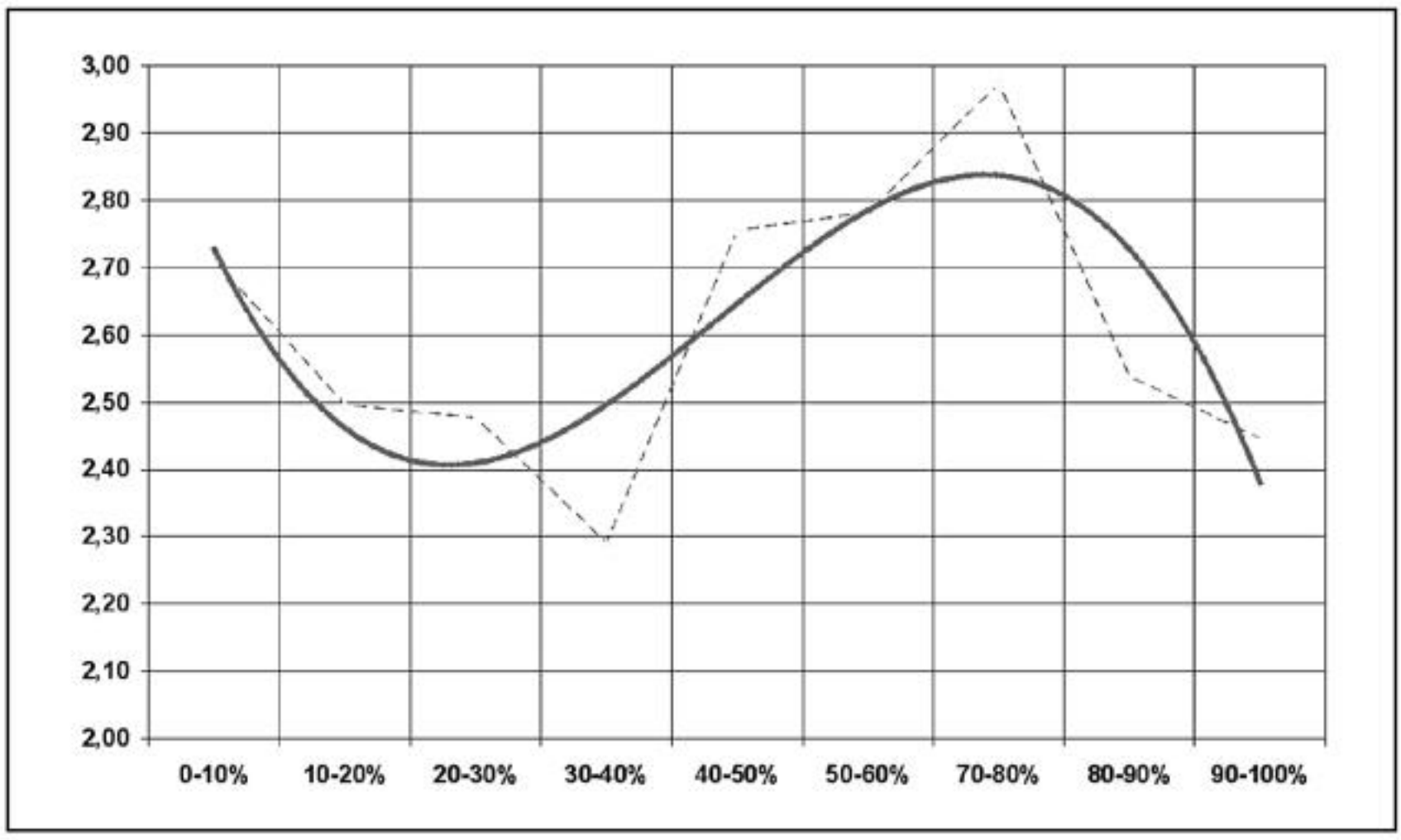
Procentul maghiarilor	N (nr. de cazuri)	Necaracteristic	Oarecum caracteristic	Foarte caracteristic
Procente egale (40%-60%)	60	21,7	15,0	63,3
Minoritate (20%-40%)	98	46,9	15,3	37,8
Diasporă (<20%)	153	29,4	21,6	49,0
Total (orașe mari)	**311**	**33,4**	**18,3**	**48,2**
Total Transilvania	**1,171**	**35,3**	**16,3**	**48,4**

Pornind de la această supoziție, am creat o nouă variabilă care cuprinde toate acele activități sociale pe care le-am măsurat pe parcursul cercetării, respectiv care nu presupune în sine un cadru/un fundal instituțional oarecare. Filtrarea dependenței față de instituții este importantă din două cauze: pe de o parte, nu dispunem de variabila care ne oferă o imagine asupra nivelului infrastructurii locurilor comunitare sau culturale; pe de altă parte, putem crede că în diaspora internă și în localitățile în care maghiarii trăiesc în minoritate acel cadru instituțional este în proces de descompunere (Vetési 2000) sau este oricum mai sărac decât în

Material cu drept de autor

regiunile locuite în majoritate de maghiari. Astfel, în noua variabilă – pe care o putem numi ca fiind măsura vieții sociale sau de companie – au intrat activități ca: practicarea sportului, mersul la concerte, în cluburi, discoteci, cafenele, baruri, terase, petrecerea timpului cu prieteni.

13. Intensitatea utilizării timpului liber în companie potrivit proporției maghiarilor din localități



În imaginea de mai sus axa x reprezintă proporția maghiarilor în localitățile date, axa y media variabilei de petrecere a timpului în compania altora. Apare foarte evident cum valorile medii ne desenează o curbă în formă de „S" răsturnat. Din perspectiva densității etnice şi a intensității vieții sociale vom diferenția patru intervale:

a) *Eterogenitate etnică, viață socială medie*: în localitățile din diaspora internă (în primul rând în marile oraşe), unde proporția maghiarilor este sub 10-15%, viața socială (timpul petrecut în compania altora) poate fi catalogată ca fiind medie. Putem să presupunem că o cauză a acestui fapt este că aceste relații sunt caracterizate de eterogenitate etnică, adică tineri maghiari şi români iau parte în comun la activitățile vieții comunitare.

Material cu drept de autor

b) *Omogenitate etnică, zonă depresivă*: în acele localitățile în care proporția maghiarilor se situează undeva între 10 şi 40%. Este evident că în relațiile sociale omogenitatea etnică poate fi presupusă chiar datorită intensității scăzute a contactelor sociale. În aceste localități tinerii maghiari s-ar întâlni mai degrabă cu tineri maghiari, însă apare ca o barieră/piedică importantă numărul scăzut şi densitatea scăzută a etnicilor în cauză.

c) *Omogenitate etnică, zonă intensivă*: odată cu creşterea proporției etnice la peste 35-40%. Se presupune că etnia şi trăirea identității au un rol pregnant în localitățile populate în proporții asemănătoare de maghiari şi români, viața socială (comunitară/de companie) a tinerilor maghiari şi expresia acesteia în spațiile publice fiind în acest caz peste medie.

d) *Omogenitate etnică, viață socială medie*: capătul curbei reintră într-o stare normală, medie în localitățile unde maghiarii trăiesc într-o majoritate importantă. Putem presupune că acest lucru are drept cauză faptul că apartenența etnică nu influențează în nicio direcție intensitatea vieții sociale/comunitare.

Modelul prezentat este evident ipotetic, pentru demonstrarea şi perfecționarea lui fiind necesare alte cercetări ulterioare. Însă pe marginea acestei idei, două întrebări interesante ar putea fi puse în discuție fără doar şi poate.

Prima chestiune este cea a procesului de dispersare, de formare a diasporei. Aici înainte de toate ar trebui văzut care este punctul critic în care apartenența etnică transcende necesitatea legăturilor comunitare (procesul de tranziție de la zona depresivă la legăturile eterogene). Modelul ne arată şi că în aceste localități, indiferent de existența sau inexistența sistemului instituțional maghiar, se produce un soi de erodare a intensității legăturilor sociale, care în accepțiunea lui Bourdieu reprezintă capitalul social (Pokol 1995: 87). Un lucru interesant ar fi să punem în discuție necesitatea capitalului social şi eventual forma în care lipsa lui poate fi compensată în rândul maghiarilor.

La fel de incitantă se arată şi analiza modului în care intensitatea relațiilor sociale influențează nivelul activității sociale, densitatea vieții comunitare. Acest fapt poate fi pus sub semnul întrebării din perspectiva şanselor de a construi şi a menține sistemul instituțional comunitar maghiar în zonele depresive. Pe de altă parte, rezultatele constatate în activitatea politică a maghiarilor din Transilvania sunt de asemenea în corelație cu proporția maghiarilor din localități: UDMR reuşeşte să mobilizeze şi să transmită mesaje cel mai bine locuitorilor din localitățile cu populație maghiară de 40-60% şi cel mai puțin

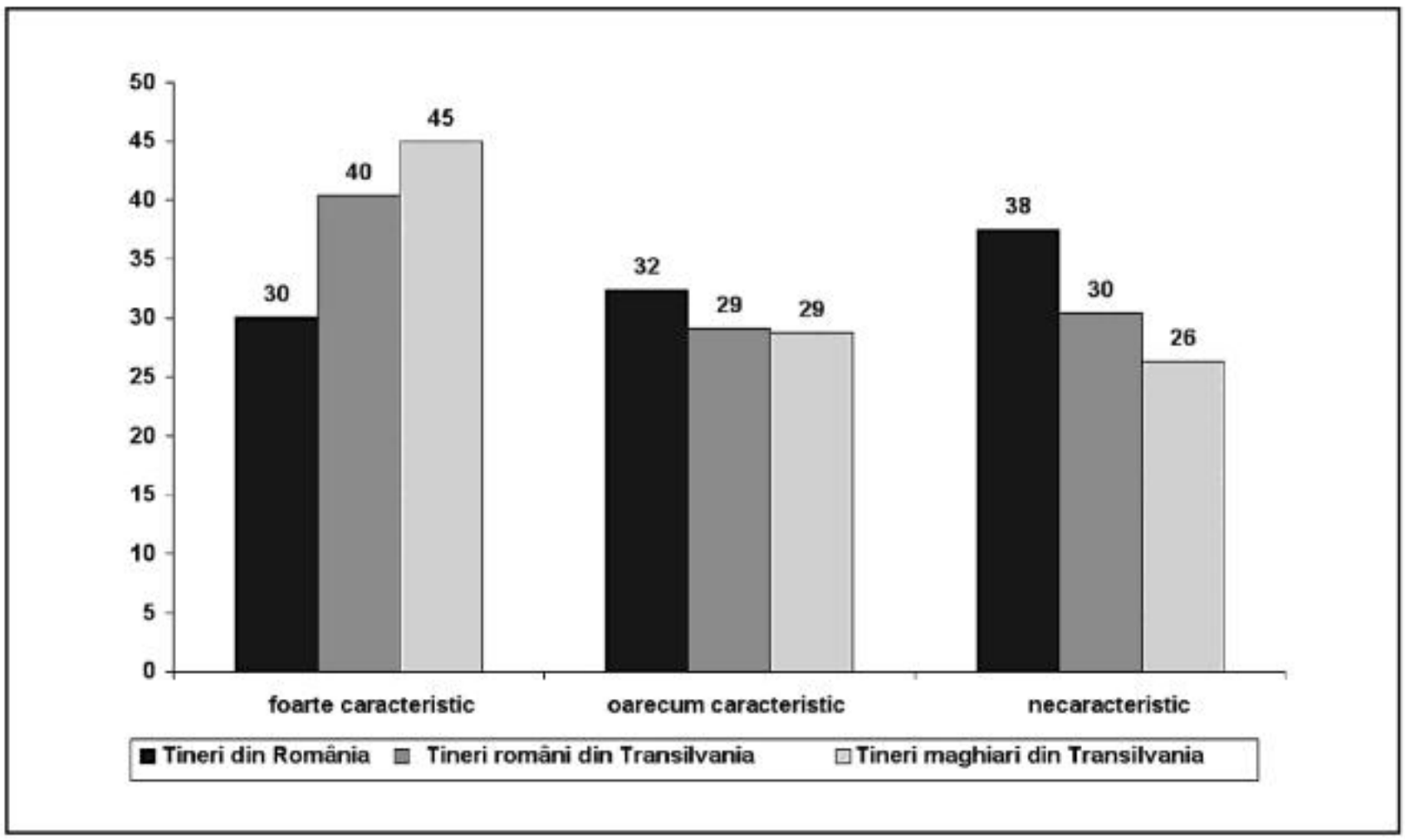
Material cu drept de autor

celor care trăiesc în diaspora internă (zonă depresivă) (Kiss 2009: 51). Constatarea certifică totodată şi veridicitatea/corectitudinea modelului.

3.3. Petrecerea timpului liber orientată spre mişcare

Petrecerea timpului liber orientată spre mişcare este caracteristică în cea mai mare măsură tinerilor maghiari. Tinerii din Transilvania de regulă fac sport mai frecvent decât media pe țară; totodată, mai mulți tineri maghiari ies în excursii mai des decât colegii lor români.

14. Petrecere a timpului liber orientată spre mişcare fizică
(excursii / sport)



Practicarea sportului şi excursiile/drumeţiile sunt influenţate de mai mulți factori. Putem constata un efect general al nivelului de şcolarizare, al activităţii economice, al aprecierii situaţiei materiale, al grupelor de vârstă şi al sexelor. Fac mişcare peste medie cei cu calificare înaltă, elevii şi studenţii, cei cu situaţie materială bună, cei foarte tineri, bărbaţii. Proporţional, din perspectiva mărimii localităţii, sunt diferenţe mici între tinerii români şi cei maghiari, dar se pare că în cazul ambelor etnii, cei mai activi în această privinţă sunt tinerii din oraşele mici şi mijlocii.

Material cu drept de autor

15. Petrecerea timpului liber orientată spre mișcare în funcție de variabile sociodemografice[10]

Variabilă	Valori	Tineri maghiari				Tineri din România	
		Necaracteristic	Foarte caracteristic	Beta	Sig.	Necaracteristic	Foarte caracteristic
Studii	1 – generale/şcoală generală	**46,5**	27,4	0,20	0,00	**62,4**	15,6
	2 – profesionale/şcoală profesională	**39,5**	32,6			**49,7**	23,1
	3 – medii/liceu	21,4	50,1			34,8	34,1
	4 – superioare/universitare	12,8	**55,7**			23,4	34,3
Activitate economică	1 – elev, student	7,7	**70,5**	-0,12	0,00	14,8	**56,8**
	2 – activ din punct de vedere economic	27,3	41,5			37,0	27,4
Aprecierea subiectivă a venitului	1 – trăiesc cu probleme materiale	**40,6**	29,4	0,08	0,01	**51,0**	19,7
	2 – trăiesc cu un buget restrâns	27,1	43,7			33,9	33,4
	3 – trăiesc acceptabil, bine	20,2	**52,3**			27,7	**36,7**
Grupă de vârstă	1 - 18-24 ani	16,9	**56,4**	-0,10	0,02	24,7	**44,4**
	2 - 25-29 ani	24,2	45,8			39,4	25,3
	3 - 30-35 ani	**38,2**	31,9			**50,5**	17,9
Sex	1 - masculin	22,0	49,5	-0,07	0,03	31,2	**36,9**
	2 - feminin	**31,0**	40,0			**44,2**	23,0
Mărimea localității	1 - < 4.000 locuitori	**31,9**	38,0	-0,05	0,14	43,0	28,6
	2 - 4.000-30.000 locuitori	17,9	**56,4**			**43,2**	20,9
	3 - 30.000-100.000 locuitori	17,5	49,2			36,6	32,9
	4 - 100.000-200.000 locuitori	**38,3**	35,2			23,6	**43,4**
	5 – peste 200.000 locuitori	21,9	49,7			31,6	31,2

10 Pe lângă variabilele de regresie standardizate şi valoarea lor signifiantă, tabelul conține şi distribuția frecvențelor. În cazul frecvențelor sunt scoase în evidență diferențele mai mari cu 15% față de medie. R^2=0,136.

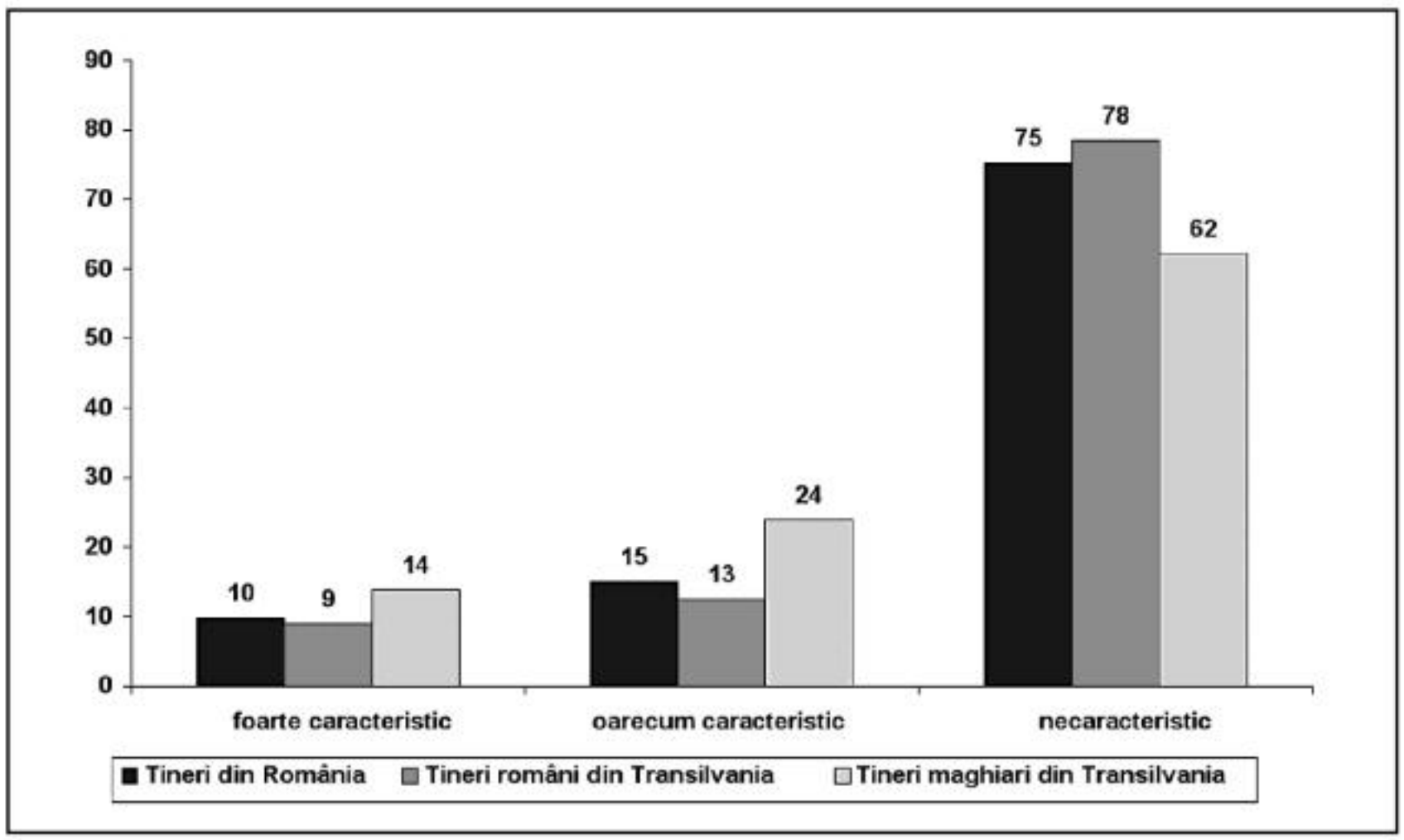
Material cu drept de autor

Stare civilă	1 – necăsătorit	18,7	**54,0**	-0,06	0,23	24,6	**42,8**
	2 - căsătorit, uniune consensuală	**35,3**	34,0			**50,7**	17,4
Aveți co-pii?	1 - nu	18,3	**52,3**	-0,05	0,32	26,8	**39,3**
	2 - da	**40,0**	32,5			**55,3**	14,8
EŞANTION ÎNTREG		**26,3**	**44,9**			**37,5**	**30,1**

3.4. Petrecere a timpului liber orientată spre cultură

În ansamblu, activitățile centrate pe cultură sunt cel mai puțin caracteristice dintre cele patru tipuri de petrecere a timpului liber: 10-15% dintre tineri participă cu o frecvență crescută la activitățile cercetate. În rândul tinerilor din România şi al tinerilor maghiari din Transilvania şi factorul petrecerii timpului liber orientată spre cultură arată diferențe semnificative. Frecventarea teatrelor şi a concertelor iese în evidență cu precădere în cazul tinerilor maghiari din Transilvania; totodată frecventarea cinematografelor şi a concertelor de muzică uşoară este mai intensivă în comparație cu tinerii români.

16. Petrecere a timpului liber orientată spre cultură
(teatru / cinema / concert)



Material cu drept de autor

Consumul cultural este determinat în mare măsură de variabilele de stratificare. Acest tip de petrecere a timpului liber este caracteristic în primul rând tinerilor cu studii superioare, cu situație materială bună, necăsătoriți, din orașe mari. Nu sunt diferențe semnificative sub aspectul genului; populația tânără iese în evidență deoarece în cazul tinerilor încă neimplicați în câmpul muncii, și acest tip de petrecere a timpului liber prezintă o intensitate mai mare.

Starea materială a tinerilor se regăsește cu cea mai mare forță în cadrul acestui factor. Merită să vedem totodată că în cazul tinerilor maghiari diferența între polii aprecierii subiective a stării materiale este mai mică. Comparativ, pe eșantionul național constatăm o prăpastie mult mai adâncă; aici, cei care trăiesc cu greutăți materiale iau parte la activități culturale de trei ori mai puțin decât colegii lor mai bine situați.

17. Petrecere a timpului liber orientată spre cultură în funcție de variabile sociodemografice[11]

Variabilă	Valori	Tineri maghiari				Tineri din România	
		Necaracteristic	Foarte caracteristic	Beta	Sig.	Necaracteristic	Foarte caracteristic
Studii	1 – școală generală	**82,7**	7,7	0,29	0,00	**92,7**	2,8
	2 – școală profesională	**85,7**	3,9			**90,8**	4,1
	3 - medii	58,3	15,1			75,1	10,6
	4 - superioare	37,6	**23,6**			58,0	**15,0**
Aprecierea subiectivă a venitului	1 – trăiesc cu greutăți materiale	**76,4**	10,3	0,11	0,00	85,8	4,6
	2 - trăiesc cu un buget restrâns	69,6	11,8			73,7	9,5
	3 – trăiesc acceptabil, bine	49,6	**17,1**			65,7	**15,5**
Activitate economică	1 – elev, student	41,7	**22,7**	-0,13	0,00	62,5	**18,1**
	2 – activ din punct de vedere economic	63,7	13,9			73,4	10,0

11 Pe lângă variabilele de regresie standardizate și valoarea lor semnificativă, tabelul conține și distribuția frecvențelor. În cazul frecvențelor sunt scoase în evidență diferențele mai mari cu 15% față de medie. R^2=0,211

Material cu drept de autor

Mărimea localității	1 - < 4.000 locuitori	**72,4**	8,4	0,09	0,00	85,7	3,8
	2 - 4.000-30.000 locuitori	64,0	**16,2**			**87,8**	2,0
	3 - 30.000-100.000 locuitori	52,9	**19,3**			79,3	**12,2**
	4 - 100.000-200.000 locuitori	44,0	**17,6**			70,5	10,5
	5 – peste 200.000 locuitori	50,5	**19,0**			52,2	**22,9**
Stare civilă	1 - necăsătorit	53,3	**18,7**	-0,09	0,05	69,0	**15,1**
	2 - căsătorit, uniune consensuală	**72,5**	8,3			**81,5**	4,5
Aveți co-pii?	1 - nu	54,1	**17,9**	-0,07	0,11	67,2	**14,0**
	2 - da	**75,3**	7,3			**88,6**	3,0
Sex	1 - masculin	63,2	14,4	0,02	0,51	75,2	10,9
	2 - feminin	61,1	13,3			75,1	8,7
Grupă de vârstă	1 - 18-24 ani	54,9	**18,4**	0,02	0,71	69,6	**14,4**
	2 - 25-29 ani	60,6	13,5			71,2	9,7
	3 - 30-35 ani	71,2	9,4			84,8	4,9
EŞANTION ÎNTREG		**62,1**	**13,9**			**75,2**	**9,8**

Şi în cazul petrecerii timpului liber orientată spre cultură observăm diferenţe mai însemnate între tinerii din România şi tinerii maghiar în funcţie de mărimea localităţii. Cu toate că odată cu creşterea mărimii localităţii creşte numărul celor cărora le este caracteristic acest model de consum, în cazul maghiarilor acest fapt nu este atât de evident ca în cazul întregii populaţii a tinerilor români. Pe de o parte, tinerii care trăiesc în localităţi mai mici sunt relativ mai puţin pasivi decât colegii lor români. Pe de altă parte, în timp ce în cazul eşantionului naţional 19,4% dintre tinerii din oraşele cu peste 100 de mii de locuitori (dublul mediei de 9,85), şi 18,2% dintre tinerii maghiari din oraşele mari (puţin peste media de 13,9%) frecventează mai des instituţiile culturale. Este de presupus că şi în acest caz structura etnică a localităţilor joacă un rol determinant, după cum am constatat şi în cazul petrecerii timpului liber centrată pe compania altora: odată cu scăderea proporţiei maghiarilor, scade direct proporţional şi frecventarea spaţiilor culturale în cazul tinerilor maghiari. Un rol evident are şi cadrul instituţional mai sărăcăcios din diaspora internă.

Material cu drept de autor

18. Frecvența consumului de timp liber orientat spre cultură în orașe cu peste 100 de mii de locuitori. Tineri maghiari din Transilvania

Procentul maghiarilor	N (nr. cazuri)	Necaracteristic	Oarecum caracteristic	Foarte caracteristic
Procente egale (40%-60%)	58	44,8	24,1	31,0
Minoritate (20%-40%)	96	33,3	47,9	18,8
Diasporă (<20%)	154	58,4	28,6	13,0
Total (orașe mari)	**308**	**48,1**	**33,8**	**18,2**
Total Transilvania	**1,174**	**62,1**	**24,0**	**13,9**

Existența a două modele diferite ale celor două etnii în privința frecventării spațiilor culturii de elită are două cauze. Pe de o parte – după cum am văzut în introducere din datele Eurobarometrului din 2007 – populația din Ungaria ia parte de regulă în proporții mai mari și mai des la activități culturale în comparație cu populația din România. Pe baza datelor Eurobarometrului din 2007, procentul celor din Ungaria care merg la operă sau la balet este dublu față de populația din România (16%, versus 8%,), la teatru merg de 1,5 ori mai mulți (31%, versus 20%), la cinema (36%, versus 22%), la bibliotecă (33%, versus 22%), la muzee, expoziții (39%, versus 27%). Putem să presupunem că în acest caz avem de-a face cu o specificitate etnică generală, în care maghiarii din Transilvania s-ar situa undeva între doi poli, cel al comportamentului cultural din Ungaria și cel din România.

De acest lucru se leagă în mod organic o altă constatare, potrivit căreia activitățile politice maghiare transilvănene și de organizare socială acordă o atenție specială sprijinirii culturii și păstrării moștenirii culturale. Aceste activități apar foarte pregnant în sfera civilă maghiară din Transilvania, dar și la nivelul organizațiilor de tineret (Horváth 1995: 55).

Material cu drept de autor

4. Dinamica consumului cultural între 2001 şi 2008 în rândul tinerilor maghiari din Transilvania

Pe baza cercetărilor MOZAIK 2001 şi TINERI DIN TRANSILVANIA 2008 avem posibilitatea să urmărim transformarea survenită în frecventarea unor spaţii culturale de către tinerii maghiari din Transilvania cu vârste între 18-29 de ani. Putem constata scăderea generală a consumului cultural. Dintre domeniile cercetate de noi, doar în ceea ce priveşte frecvenţa participării la concerte de muzică uşoară putem observa o uşoară creştere.

19. Când aţi fost ultima dată la...

Maghiari între 18-29 ani, 2001	în ultimele 2 luni	mai demult	niciodată
Librărie?	51,0	40,4	8,5
Bal, petrecere?	46,2	49,7	4,1
Party, chef?	45,4	48,3	6,2
Discotecă?	41,4	51,9	6,7
Cinematograf?	29,3	64,1	6,6
Casa de cultură?	29,1	57,7	12,9
Bibliotecă?	27,5	61,7	10,7
Concert de muzică uşoară?	20,6	60,5	18,9
Expoziţie, muzeu?	16,1	64,1	19,9
Teatru?	14,2	71,2	14,6
Concert?	5,3	40,0	54,7

Maghiari între 18-29 ani, 2008	în ultimele 2 luni	mai demult	niciodată
Librărie?	27,1	59,5	12,3
Bal, petrecere?	30,9	58,7	9,8
Party, chef?	39,1	53,6	6,5
Discotecă?	38,0	49,9	11,2
Cinematograf?	11,4	72,7	15,2
Casa de cultură?	17,2	67,6	14,2
Bibliotecă?	15,4	71,9	11,8
Concert de muzică uşoară?	22,1	64,5	12,2

Material cu drept de autor

Expoziţie, muzeu?	12,2	71,8	14,8
Teatru?	9,9	75,4	14,3
Concert?	3,6	46,5	48,6

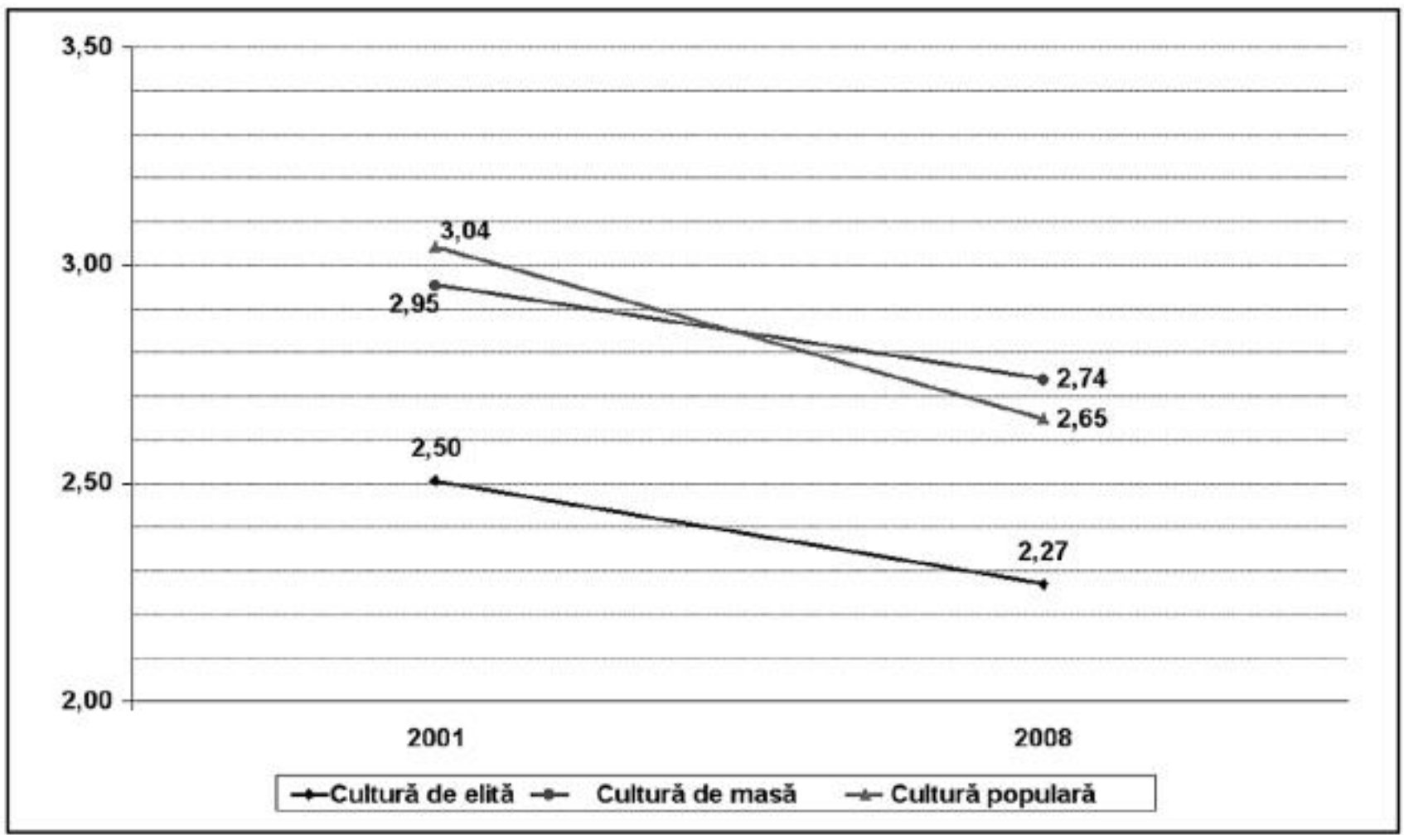
Proporţia diferenţei (2008-2001/2008)	**în ultimele 2 luni**	**mai demult**	**niciodată**
Librărie?	**-88,3**	32,0	**30,8**
Bal, petrecere?	**-49,8**	15,4	**58,7**
Party, chef?	-16,1	9,9	3,8
Discotecă?	-8,8	-4,0	**39,8**
Cinematograf?	**-158,2**	11,9	**56,8**
Casa de cultură?	**-69,6**	14,6	8,6
Bibliotecă?	**-79,3**	14,3	8,8
Concert de muzică uşoară?	6,9	6,3	**-54,9**
Expoziţie, muzeu?	**-31,4**	10,8	**-34,0**
Teatru?	**-43,6**	5,6	-2,1
Concert?	**-48,0**	13,9	-12,4

Examinând cu ajutorul analizei factoriale intensitatea frecventării celor 11 spaţii culturale – nu le vom discuta mai pe larg aici –, vom clasifica activităţile în trei tipuri sau categorii. Analiza factorială efectuată pe datele MOZAIK 2001 separă spaţiile **culturii de elită**: librărie, teatru, muzeu, concert şi vizitarea bibliotecii, locurile de întâlnire ale **culturii de masă** (discotecă, cinema, concert de muzică uşoară, chefuri la domiciliu) şi cele ale **culturii populare** (bal, petrecere, casă de cultură). Analizând cu metode asemănătoare datele din 2008, constatăm că mersul la cinematograf devine o componentă a culturii de elită, pe când party-urile ajung mai aproape de factorul culturii populare. În cele ce urmează vom lua pe rând variabilele fiecărui tip de consum, respectiv vom urmări transformările din ultimii şapte ani în funcţie de cele mai importante variabile demografice şi sociale. În interiorul cercetării variabilelor sociodemografice pe baza modelului din 2001 vom opera cu mediile măsurate pe o scală[12] de cinci.

12 5 – a fost în ultima lună, 4 – de o lună-două, 3 – de şase luni, 4 – mai mult decât 6 luni, 5 – nu a fost niciodată.

Material cu drept de autor

20. Schimbarea gradului de vizitare a spațiilor culturale: 2001-2008. Tineri maghiari din Transilvania (18-29 ani). Axa y reprezintă media intensității frecventării.



Între 2001 şi 2008 cea mai semnificativă schimbare poate fi considerată scăderea medie a celor care frecventează instituțiile culturii populare. În timp ce în 2001 astfel de spații culturale s-au bucurat de cel mai intens grad de frecventare, în 2008 spațiile culturii de masă ajung pe primul loc, respectiv în acest caz se înregistrează cel mai mic nivel de scădere.

Spațiile **culturii populare** regresează în mod vizibil în cercul tinerilor de 18-29 de ani în perioada 2001-2008. Scade semnificativ şi frecventarea **caselor de cultură, a balurilor** şi **a petrecerilor.** Procentul celor care merg în mod regulat, cel puțin o dată la două luni, la baluri, petreceri scade la două treimi (de la 46% la 31%), procentul celor care frecventau des casele de cultură scade la aproape jumătate (de la 29% la 17%). Proporțional, cea mai mică scădere este înregistrată în frecventarea spațiilor **culturii de masă.** Unele dintre variabilele ce reprezintă cultura de masă s-au atenuat semnificativ (mersul la cinema), altele arată chiar o uşoară creştere (participarea la concerte), fapt care ne permite să concluzionăm că spațiile culturii de masă se schimbă semnificativ în timp. În

Material cu drept de autor

Transilvania Centrală, în cazul variabilei cumulate această scădere este mai pronunțată în rândul bărbaților, al celor cu un nivel de şcolarizare mic sau mediu, în rândul celor care în prezent își continuă studiile și în rândul celor care își definesc situația materială ca fiind medie.

Dintre cele 11 variabile analizate, cea mai mare scădere din ultimii șapte ani se poate constata în rândul celor care merg la cinema, proporția celor care frecventează des cinematograful scăzând la aproape o treime. În 2001 29% dintre tinerii cu vârsta între 18-29 de ani au fost în ultimele două luni la cinema, această proporție scăzând în 2008 la 11%. Paralel cu aceasta, s-a dublat procentul acelora care nu au fost niciodată la cinematograf, 15% dintre tinerii maghiari din Transilvania fiind în această situație în toamna anului 2008. În mod caracteristic, în analiza factorială din 2008 cinematograful este inclus în categoria spațiilor culturii de elită.

Mersul la party-uri și discoteci rămâne în continuare un obicei preferat de tineri. În cazul acestor două variabile putem constata cea mai mică scădere procentuală: 38-40% dintre tineri continuă să participe la astfel de întâlniri sociale.

În privința spațiilor culturii de masă frecventate de tinerii maghiari din Transilvania, tabăra celor care participă la concerte de muzică ușoară a crescut în ultimii ani, proporția celor care au participat la un concert în ultimele două luni a crescut de la 20,6% la 22,1%.

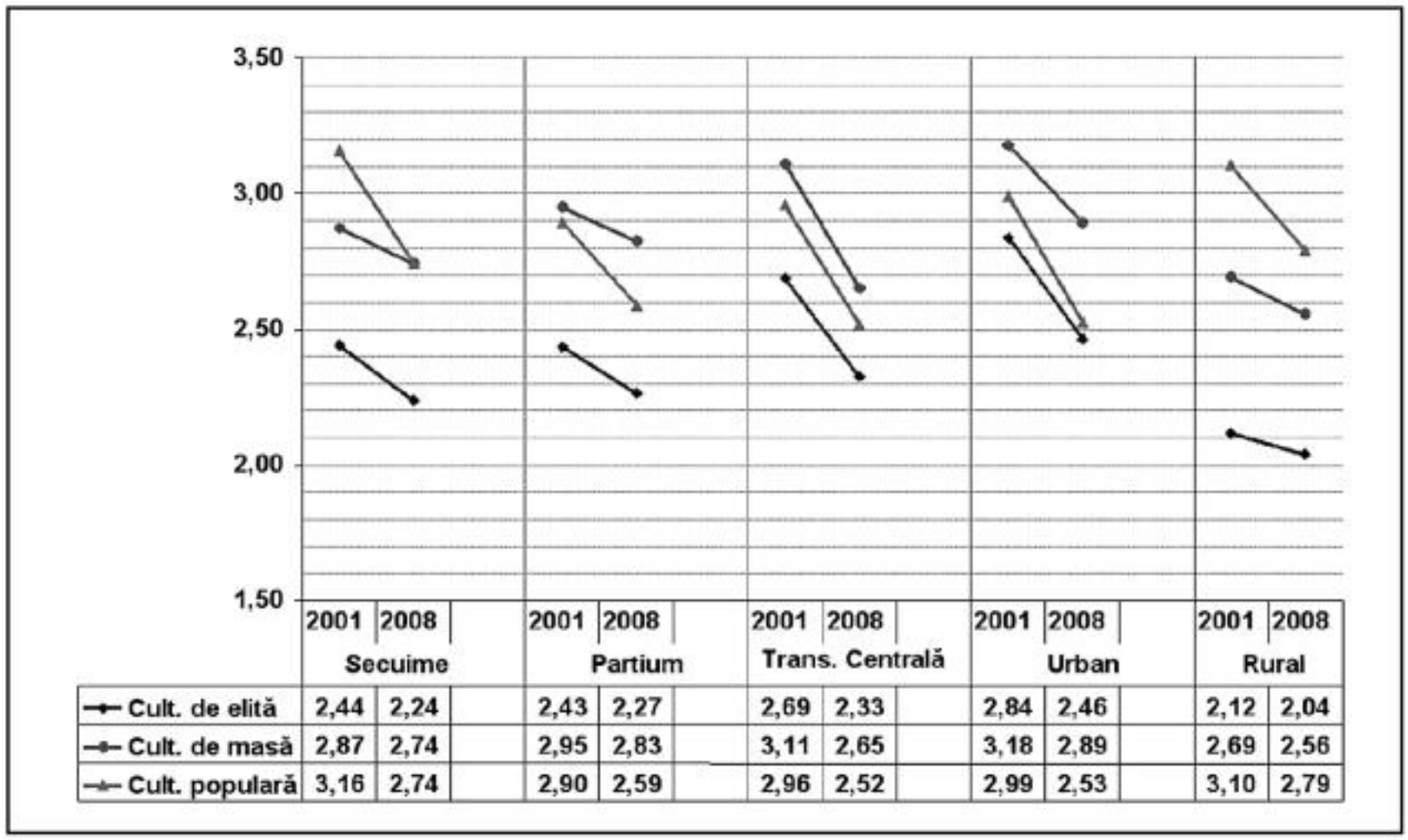
În cazul spațiilor culturii de elită putem constata o scădere accentuată a gradului de frecventare a librăriilor și bibliotecilor; în ambele cazuri a scăzut la aproape jumătate proporția tinerilor care le frecventează. În timp ce în 2001 jumătate dintre cei chestionați mergeau regulat la librărie, în 2008 doar mai puțin de o treime dintre tineri vizitează librăriile. Această scădere poate fi explicată și de răspândirea librăriilor virtuale, însă scăderea constatată în cazul bibliotecilor ne lasă să concluzionăm că avem de-a face cu o temperare a disponibilității de a citi – cel puțin în cazul cărților tradiționale, tipărite pe hârtie.

Muzeele, teatrele și concertele sunt cel mai rar frecventate instituții culturale; gradul de frecventare a acestora a scăzut și în timp, în 2008 a scăzut cu o treime procentul celor care merg la teatru, concert și muzee. 10-12% din populația tânără a fost în ultimele două luni la teatre sau le muzee. În cazul vizitării muzeelor merită să scoatem în evidență faptul că a scăzut și proporția celor care nu au fost niciodată la expoziții, adică scăderea poate fi demonstrată mai degrabă în cazul frecvenței. Procen-

Material cu drept de autor

tul tinerilor care participau frecvent la concerte era de 3,6% în 2008; jumătate dintre tinerii cu vârste între 18-29 de ani nu au fost niciodată la spectacole de muzică clasică.

21. Schimbarea gradului de vizitare a spațiilor culturale: 2001-2008. Pe regiuni și tipuri de localități. Axa y reprezintă media intensității vizitării.



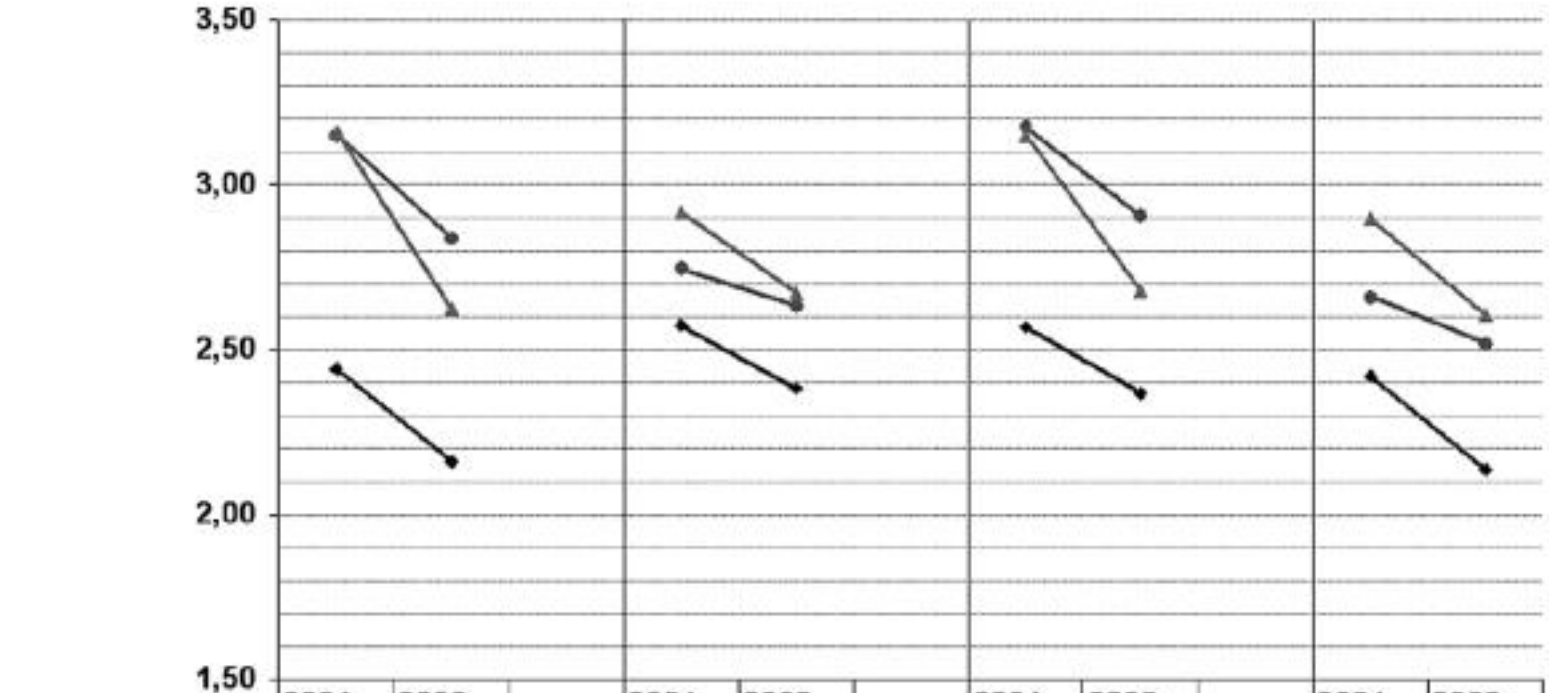
	Secuime		Partium		Trans. Centrală		Urban		Rural	
	2001	2008	2001	2008	2001	2008	2001	2008	2001	2008
Cult. de elită	2,44	2,24	2,43	2,27	2,69	2,33	2,84	2,46	2,12	2,04
Cult. de masă	2,87	2,74	2,95	2,83	3,11	2,65	3,18	2,89	2,69	2,56
Cult. populară	3,16	2,74	2,90	2,59	2,96	2,52	2,99	2,53	3,10	2,79

În Transilvania Centrală putem constata cea mai pronunțată scădere a consumului cultural în cazul tuturor celor trei tipuri, nivelul scăderii fiind aproximativ egal. Frecvența vizitării diferitelor spații culturale a scăzut/s-a atenuat cel mai mult/mai pronunțat în Crișana. În Secuime scade în mod spectaculos intensitatea frecventării spațiilor culturale populare; se pare că și în această regiune prima poziție va fi ocupată de frecventarea instituțiilor culturale din categoria culturii de masă.

Din perspectiva tipului localității, în toate cele trei tipuri de consum cultural cel mai ridicat procent al atenuării poate fi constatat în orașe. În localitățile rurale scade vertiginos intensitatea frecventării spațiilor culturii populare, dar la țară acestea rămân totuși cele mai frecventate instituții.

Material cu drept de autor

22. Schimbarea gradului de vizitare a spațiilor culturale: 2001-2008. Pe sexe și grupe de vârstă. Axa y reprezintă media intensității vizitării.



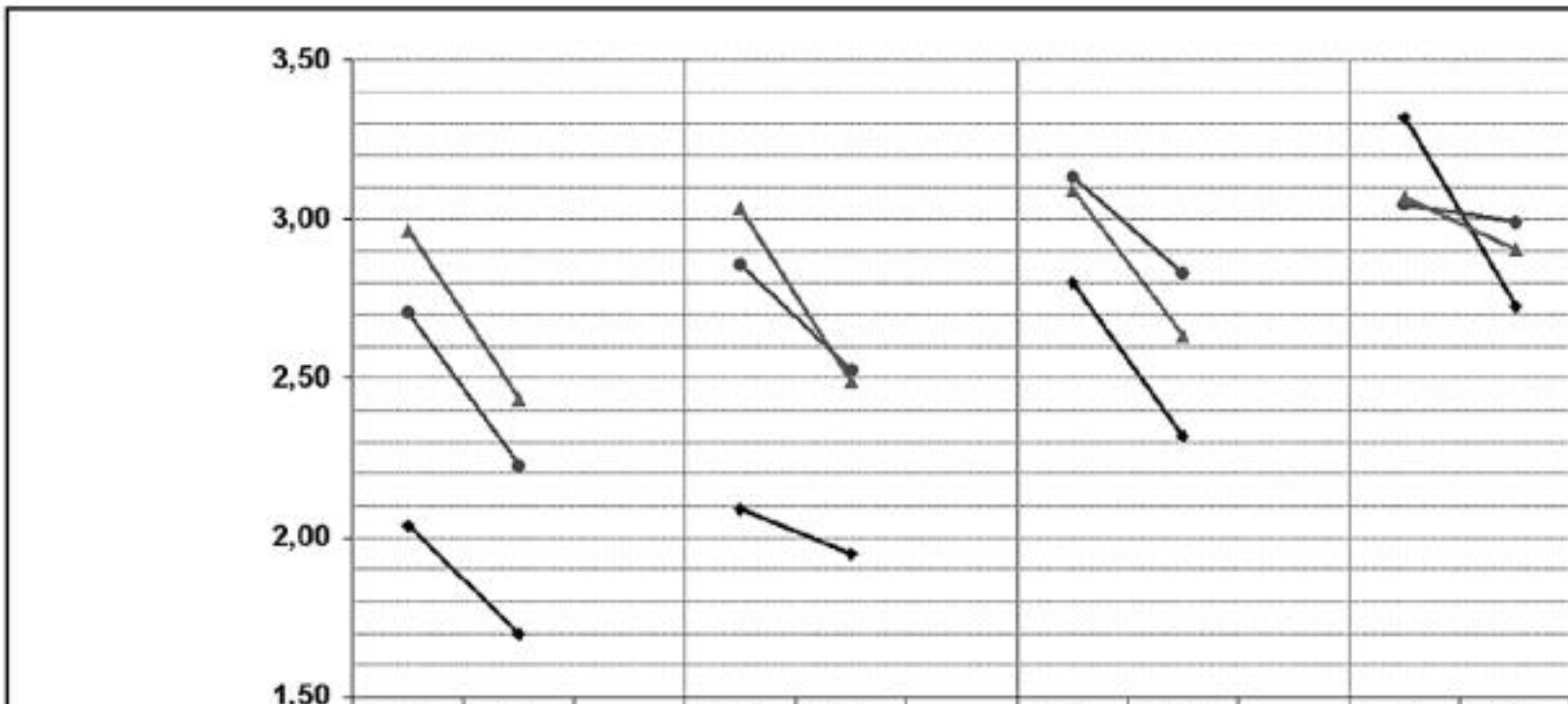
	2001	2008	2001	2008	2001	2008	2001	2008
	Bărbat		Femeie		18-24·ani		25-29·ani	
Cult. de elită	2,44	2,16	2,57	2,38	2,57	2,37	2,42	2,14
Cult. de masă	3,15	2,84	2,75	2,63	3,18	2,90	2,66	2,52
Cult. populară	3,16	2,62	2,92	2,67	3,15	2,68	2,90	2,61

În cazul bărbaților tineri curbele descendente sunt mai pronunțate; spațiile culturii populare se bucură în continuare de un interes accentuat în rândul femeilor, un interes uşor mai mare decât spațiile culturii de masă.

Din perspectiva grupelor de vârstă, în rândul celor foarte tineri, între 18 şi 24 de ani, este mai pronunțată atenuarea consumului culturii de masă şi al culturii populare; în rândul celor de 25-29 de ani este mai accentuată scăderea gradului de frecventare a spațiilor culturii de elită. În cadrul celor mai vârstnici spațiile culturii populare îşi mențin pe mai departe pozițiile fruntaşe.

Material cu drept de autor

23. Schimbarea gradului de vizitare a spaţiilor culturale: 2001-2008. Pe niveluri de studii. Axa y reprezintă media intensităţii vizitării.



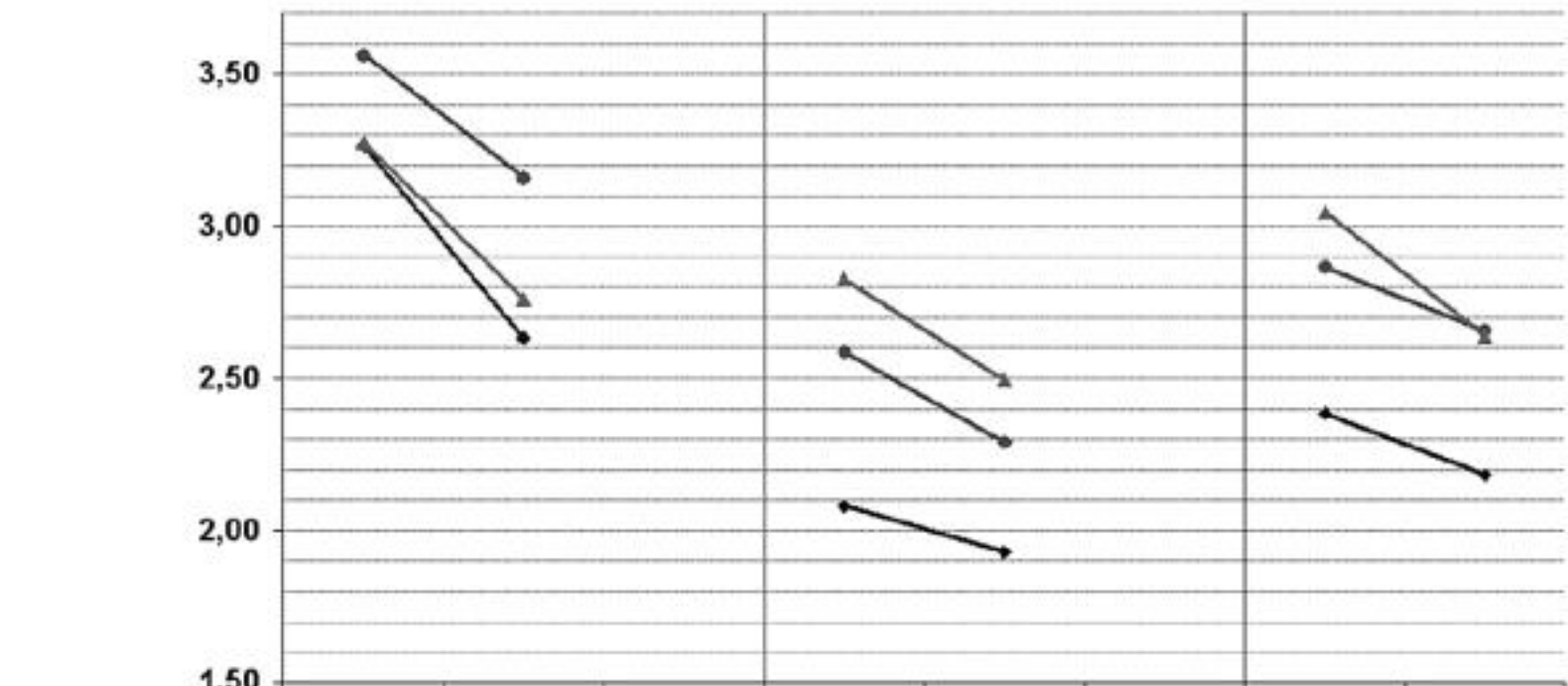
	2001	2008	2001	2008	2001	2008	2001	2008
	Generală		Profesională		Medie		Superioară	
Cult. de elită	2,04	1,70	2,09	1,95	2,80	2,32	3,32	2,73
Cult. de masă	2,71	2,23	2,86	2,53	3,13	2,83	3,04	2,99
Cult. populară	2,96	2,44	3,03	2,49	3,09	2,63	3,07	2,91

Din perspectiva nivelului de şcolarizare cultura populară îşi menţine prima poziţie în rândul celor slab calificaţi; totodată, în ultimii şapte ani, în interiorul acestui grup se constată cea mai puternică atenuare a tuturor celor trei tipuri de consum. Acest fapt ne face să concluzionăm că aceste straturi rămân treptat în urmă (şi) în ceea ce priveşte consumul cultural; se accentuează diferenţele sociale, în sensul că aceştia participă din ce în ce mai puţin la activităţile culturale analizate de noi.

Odată cu creşterea nivelului calificării/şcolarizării se accentuează linear şi consumul cultural. Putem constata că în cazul celor cu un nivel de calificare mediu popularitatea spaţiilor culturii de masă lasă în umbră spaţiile culturii populare. În perioada cercetată putem observa o schimbare evidentă în rândul celor cu studii superioare; gradul de frecventare a spaţiilor culturii de elită îşi pierde poziţia de lider, şi în acest caz instituţiile culturii de masă se bucură de o mai mare popularitate în 2008. Probabil că în această privinţă un rol important revine expansiunii sistemului de învăţământ superior – pe baza eşantioanelor, între cele două momente aproape că s-a dublat proporţia celor cu studii superioare –, în sensul că frecventarea unei facultăţi nu înseamnă în mod obligatoriu şi automat o schimbare a stilului de viaţă.

Material cu drept de autor

24. Schimbarea gradului de vizitare a spațiilor culturale: 2001-2008. Pe activitate economică. Axa y reprezintă media intensității vizitării.

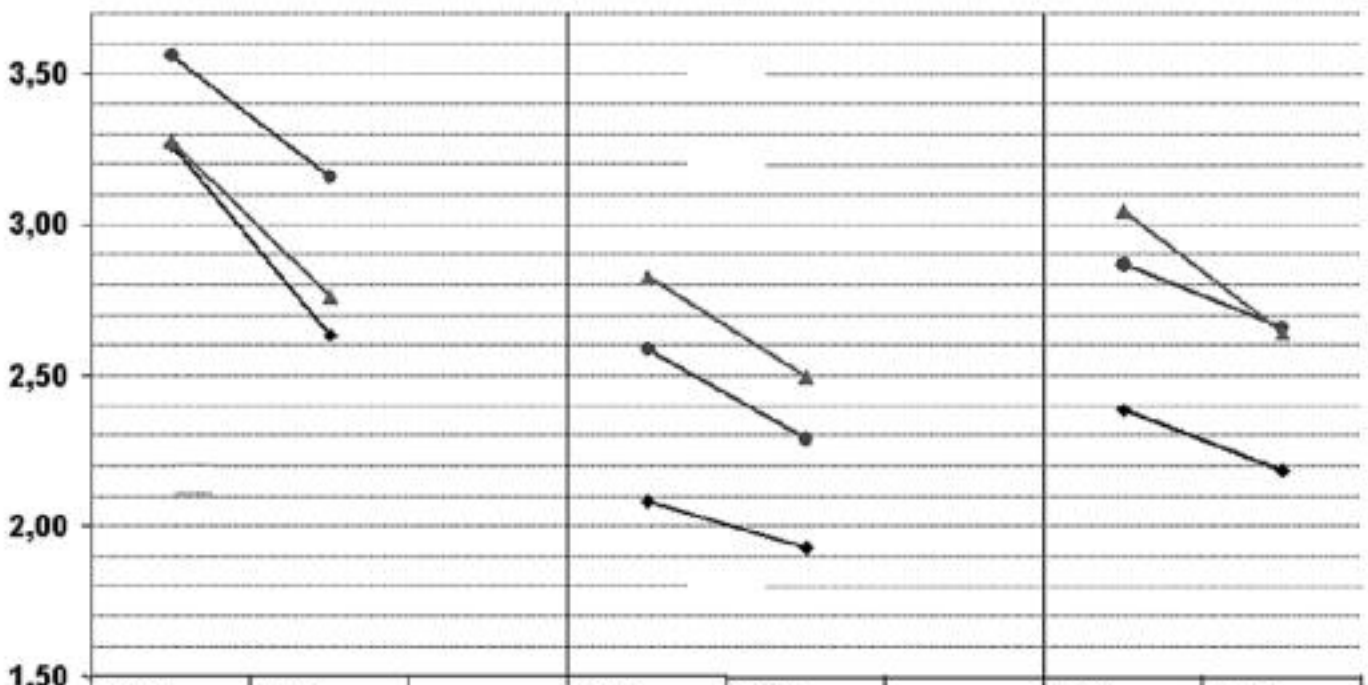


	2001	2008	2001	2008	2001	2008
	Elev, student		Inactiv economic		Activ economic	
Cult. de elită	3,26	2,63	2,08	1,93	2,38	2,18
Cult. de masă	3,56	3,16	2,59	2,29	2,87	2,66
Cult. populară	3,27	2,76	2,83	2,49	3,05	2,64

Toate cele trei tipuri de consum cultural se atenuează în cel mai mare grad în cazul celor care încă își continuă studiile. Comparate cu rezultatele obținute din perspectiva grupelor de vârstă şi a tipurilor de localitate, devine din ce în ce mai plauzibilă supoziția conform căreia descreşterea generală a consumului cultural în rândul celor foarte tineri, care încă își continuă studiile şi locuiesc în mediul urban, se datorează creşterii popularității unor noi tipuri de instituții şi activități (care nu au fost luate în considerare cu ocazia culegerii de date). Drept urmare, înregistrăm în cazul acestor categorii atenuarea generală a gradului de frecventare a spațiilor care pot fi numite „tradiționale".

Material cu drept de autor

25. Schimbarea gradului de vizitare a spaţiilor culturale: 2001-2008. În funcţie de stare civilă şi aprecierea subiectivă a venitului. Axa y reprezintă media intensităţii vizitării.



	2001	2008		2001	2008		2001	2008
	Elev, student			Inactiv economic			Activ economic	
Cult. de elită	3,26	2,63		2,08	1,93		2,38	2,18
Cult. de masă	3,56	3,16		2,59	2,29		2,87	2,66
Cult. populară	3,27	2,76		2,83	2,49		3,05	2,64

Afirmaţia precedentă este valabilă pentru tinerii necăsătoriţi: în toate cele trei tipuri de consum procentul lor se diminuează semnificativ. În cazul familiştilor frecventarea spaţiilor culturii populare scade cel mai accentuat; cel mai puţin accentuat scade frecventarea spaţiilor de desfăşurare a activităţilor incluse în cultura de masă.

Cea mai pronunţată scăderea în intensitate a frecventării instituţiilor aparţinând tipurilor de consum analizate apare în rândul celor care au afirmat că au o situaţie materială medie. Putem să presupunem că în cadrul acestui grup în ascensiune a scăzut cel mai mult cantitatea timpului liber în decursul anilor trecuţi.

Material cu drept de autor

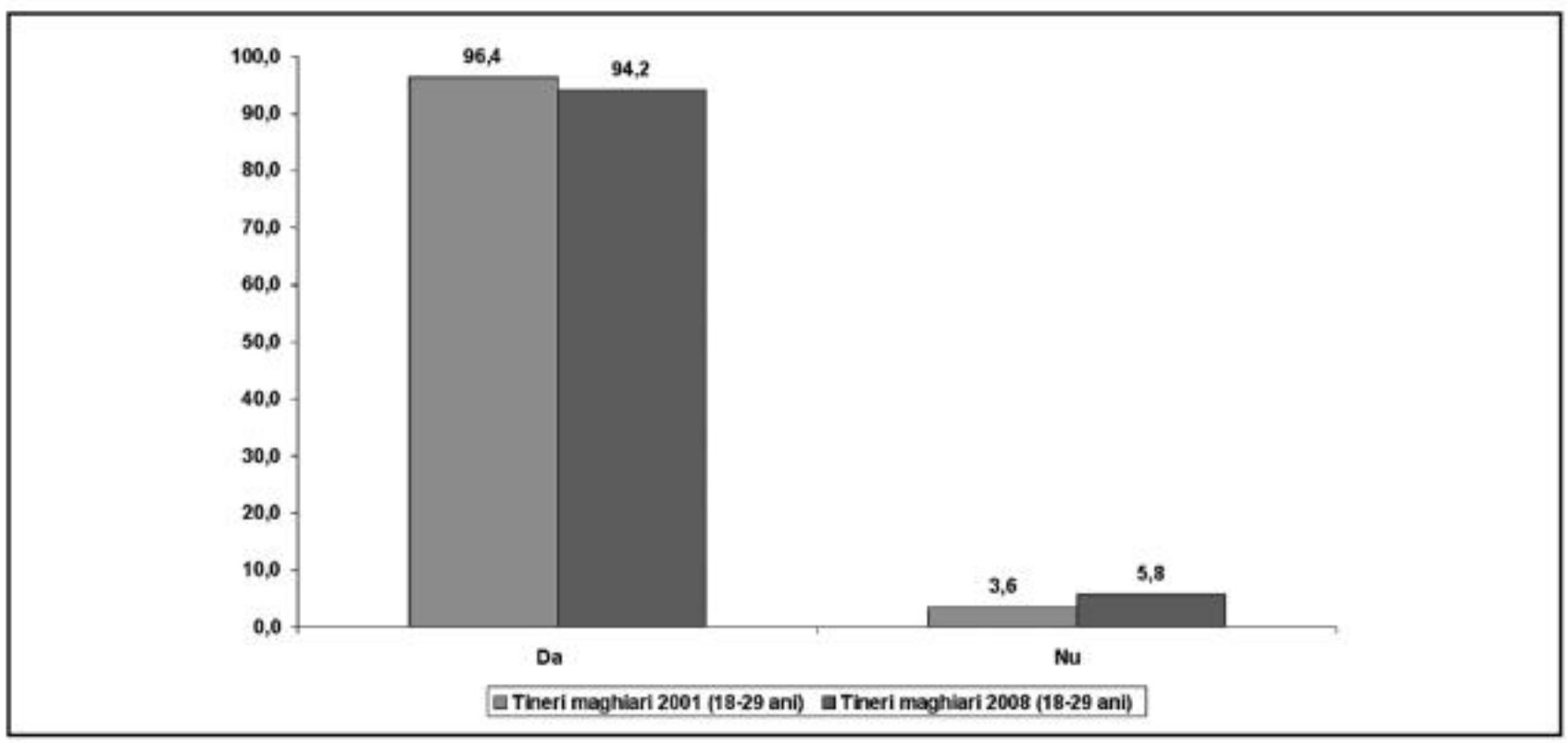
5. Schimbarea obiceiurilor de consum media în ultimii ani

Avem posibilitatea să cercetăm utilizarea mijloacelor de comunicare în masă în rândul tinerilor maghiari din Transilvania cu vârsta între 18-29 de ani, ținând cont de schimbările produse între 2001 şi 2008. În cadrul cercetării am avut posibilitatea să urmărim doar schimbările majore deoarece sunt diferențe semnificative în modul în care s-au formulat întrebările în cele două cercetări. De aceea nu este posibilă comparația detaliată a rezultatelor. Comparația este îngreunată şi de faptul că obiceiurile de consum media ale maghiarilor din România prezintă diferențe regionale semnificative, în primul rând la nivelul mediilor audiovizuale. Datorită acestui fapt, şi mărimile eşantioanelor din 2001 şi 2008 pot avea efecte de distorsiune, mai cu seamă la nivelul radiourilor şi ziarelor regionale, dincolo de faptul că, în cazul mediilor care nu sunt distribuite în toate județele din Transilvania, aceste eşantioane nu pot fi considerate reprezentative.

5.1. Vizionare TV

În ultimii şapte ani nu s-a produs o schimbare majoră în ceea ce priveşte procentul celor care se uită la TV; uşoara scădere înregistrată se situează în interiorul marjei de eroare.

26. Obişnuiți să vă uitați la televizor?



Material cu drept de autor

Am precizat şi în tabelul referitor la ratingul anumitor posturi că interogarea s-a făcut în mod diferit. În 2001 respondenţii trebuia să enumere cel mai des vizionate cinci posturi TV; în 2008, sub forma unei întrebări închise, am enumerat 12 posturi TV şi, în cazul fiecăruia, am întrebat de frecvenţa vizionării (zilnic, săptămânal, mai rar, deloc), apoi, sub forma unei întrebări deschise, am trecut la posturile care n-au fost incluse în lista noastră.

27. Ratingul posturilor TV în 2001 şi 2008. Ratingul primelor 20 de posturi din întreaga populaţie.

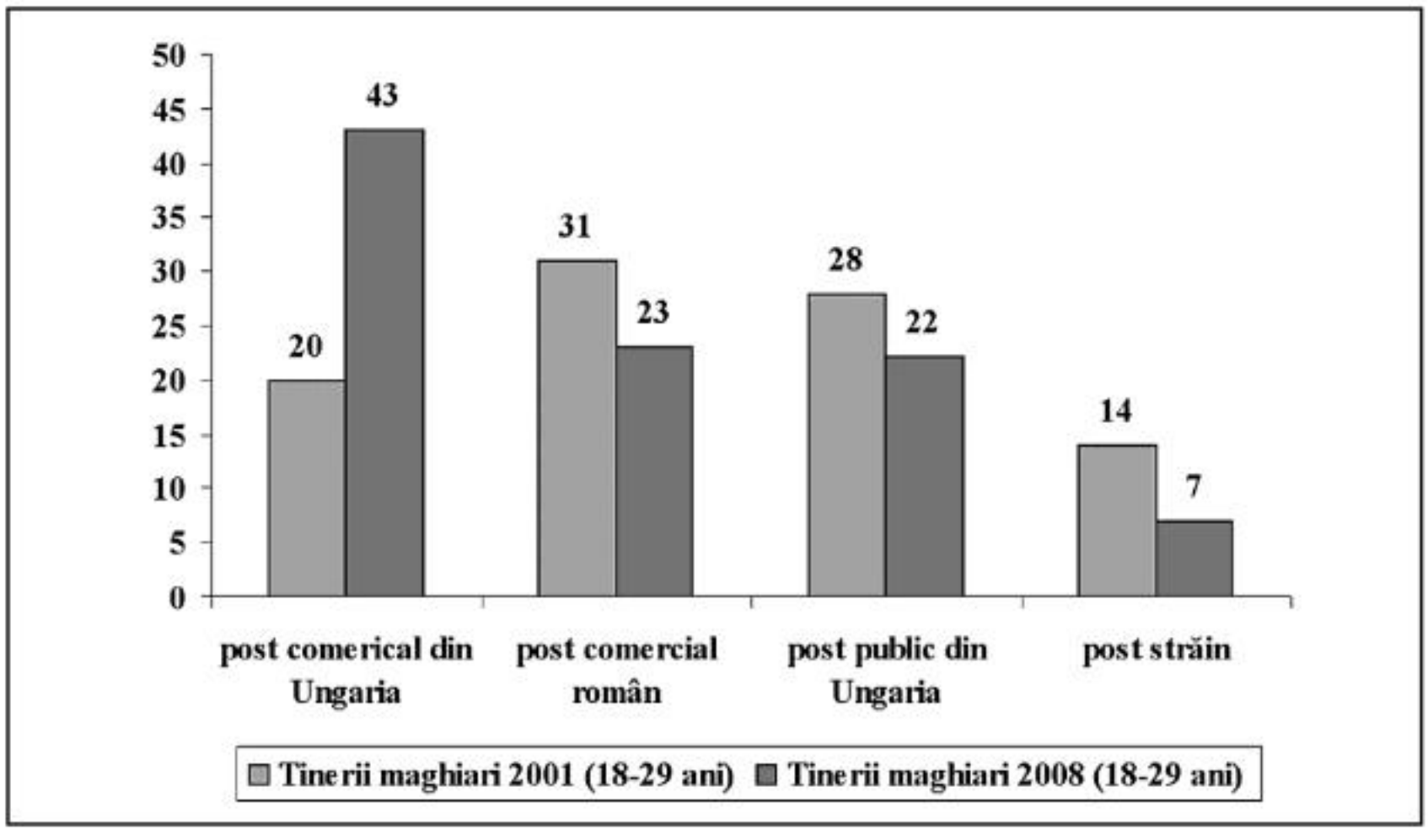
2001 Vă rog să enumeraţi acele – cel mult cinci – posturi/canale TV pe care le urmăriţi cel mai des. Posturile vizionate cel mai des.	
Post TV	**% în eşantion total**
Duna TV	40,9
ProTV	40,4
MTV2	29,1
RTL Klub	22,9
TV2	22,3
Antena 1	22,1
Prima TV	19,8
RTV1	19,4
MTV1	18,5
Discovery	15,4
SatElit	14,0
Eurosport	9,0
HBO	8,7
Atomic	8,2
Acasa	7,1
Animal Planet	4,5
National Geographic	3,9
RTV2	3,4
Viva	3,4
ATV	3,3

2008 Cât de des urmăriţi următoarele posturi TV? Procentul celor care vizionează postul zilnic.	
Post TV	**% în eşantion total**
RTL Klub	60,3
TV2	49,7
ProTV	34,0
Duna TV	26,9
MTV1	19,9
MTV2	18,1
Antena 1	13,3
Discovery	10,4
Realitatea TV	9,5
RTV1	8,6
Hír TV	7,9
RTV2	6,5
Viasat (3, Explorer, History)	5,5
Film+	4,0
Antena 3	3,9
Eurosport	3,5
Music TV (MTV)	3,0
Kiss Tv	2,8
HBO	2,3
Sport Ro	2,1

Material cu drept de autor

În grafic sunt prezentate cele 20-20 de posturi care au atins cel mai mare procent. Luând în considerare şi diferenţele de metodologie, putem să afirmăm aproape cu certitudine că în ultimii şapte ani în rândul tinerilor maghiari din Transilvania cu vârste între 18-29 de ani au devenit populare posturile comerciale şi în primul rând cele din Ungaria. În timp ce în 2001, alături de postul în limba română ProTV, două televiziuni publice din Ungaria au reprezentat cele mai vizionate trei posturi de televiziune, până în 2008 locurile fruntaşe au fost ocupate de RTL Klub şi TV2. Postul în limba română ProTV continuă să aibă o audienţă importantă, după toate probabilităţile cea mai puternică în acele regiuni din diasporă unde posturile maghiare intră cu o probabilitate mai mică în grila de oferte a furnizorilor de televiziune prin cablu. Cauzele prezenţei puternice pe piaţă a celor două posturi din Ungaria care conduc lista trebuie căutate tot pe partea de ofertă, care în anii precedenţi s-a extins în zonele estice ale Transilvaniei. În timpul culegerii de date din 2001, atât RTL Klub cât şi TV2 putea fi recepţionate sporadic în judeţele din Secuime. Pe lângă posturile comerciale în limba maghiară, şi posturile publice din Ungaria (Duna TV, MTV1 şi MTV2) se bucură de o audienţă importantă.

28. Audienţa tipurilor de posturi TV în 2001 şi 2008. Procentul celor care au menţionat posturile.



Material cu drept de autor

În figura de mai sus – care arată distribuția după tipurile de posturi amintite – se poate observa bine schimbarea produselor-țintă ale vizionării programelor de televiziune: posturile comerciale din Ungaria au câştigat teren în detrimentul celorlalte tipuri de posturi.

Drept urmare, este evident că un procent din ce în ce mai mare dintre tinerii de etnie maghiară şi în măsură din ce în ce mai mare utilizează limba maternă în timpul vizionării TV. În cercetarea din 2008 am inclus o întrebare axată pe această problemă. Răspunsurile arată că 52% dintre tinerii maghiari sub 29 de ani din Transilvania utilizează limba maghiară în mare măsură sau exclusiv şi doar 7,5% sunt aceia care se uită în limba română. Aceştia provin preponderent din Transilvania Centrală.

29. Ce limbă utilizați când vă uitați la televizor?
Tineri maghiari din Transilvania între 18-29 ani, 2008

	Transilvania		Secuime	Partium	Transilvania Centrală
Doar limba maghiară	32,7		37,3	33,2	24,0
În mare parte lb. maghiară, dar şi limba română	19,4		17,4	29,3	14,2
Lb. maghiară şi lb. română în proporții egale	37,8		39,4	29,9	42,2
În mare parte lb română, dar şi limba maghiară	3,4		2,1	3,8	5,4
Doar limba română	4,2		1,1	2,2	11,8
Altă situaţie (utilizează altă limbă)	2,4		2,7	1,6	2,5
Total	**100,0**		**100,0**	**100,0**	**100,0**

5.2. Ascultatul radioului

Nici procentul ascultătorilor de radio nu s-a schimbat radical între 2001 şi 2008; 75% dintre tinerii chestionați obişnuiesc să asculte radio. Datele exacte arată că în 2001 78% dintre cei cu vârste între 18-29 de ani, iar în 2008 75% afirmă că ascultă radio.

Material cu drept de autor

30. Gradul de ascultare a radiourilor în 2001 şi 2008. Ratingul primelor 20 de posturi în întreaga populaţie.

2001 Vă rog să enumeraţi acele – cel mult cinci – posturi radio pe care le ascultaţi cel mai frecvent. Posturile ascultate cel mai frecvent.	
Post radio	**% în eşantion total**
Europa FM	18,2
Danubius	16,8
Mix FM	13,5
Radio Târgu-Mureş	11,4
Kossuth	10,8
Radio Sláger	9,6
Contact	7,8
Pro FM	7,0
Impuls	6,6
Radio 21	6,1
Uniplus	5,6
Transilvania	5,1
Radio Star	4,9
Radio Cluj	4,8
Bucureşti (RRA, Tineret, Cultural)	4,3
Radio Prima	4,0
Radio Gaga	3,9
Radio Petőfi	3,8
Radio Braşov	3,3
Samtel	2,6

2008 Dacă vă gândiţi la ultima săptămână, ce posturi de radio aţi ascultat? Şi cu ce frecvenţă? Posturile ascultate cel puţin câteva ore pe săptămână.	
Post radio	**% în eşantion total**
Europa FM	16,8
Kiss FM	14,9
Radio Paprika (Cluj-Napoca)	10,0
Radio Târgu-Mureş	7,5
Pro FM	6,1
Radio City (Satu Mare, Carei)	5,7
Radio 21 România	5,5
Danubius (Ungaria)	5,5
Sláger (Ungaria)	5,1
Radio Cluj	4,9
Mix FM (Radio Sepsi)	4,1
Radio Gaga (Târgu-Mureş)	3,8
Fun FM (Miercurea Ciuc)	3,1
Mix FM (Gheorghieni)	2,8
Vox FM (Cristuru Secuiesc)	2,7
Radio Prima (Odorheiu Secuiesc)	2,7
Radio Juventus (Ungaria)	2,5
Radio Sláger (Sfântu Gheorghe)	2,5
Radio Star (Odorheiu Secuiesc)	1,8
Mix FM (Miercurea Ciuc)	1,3

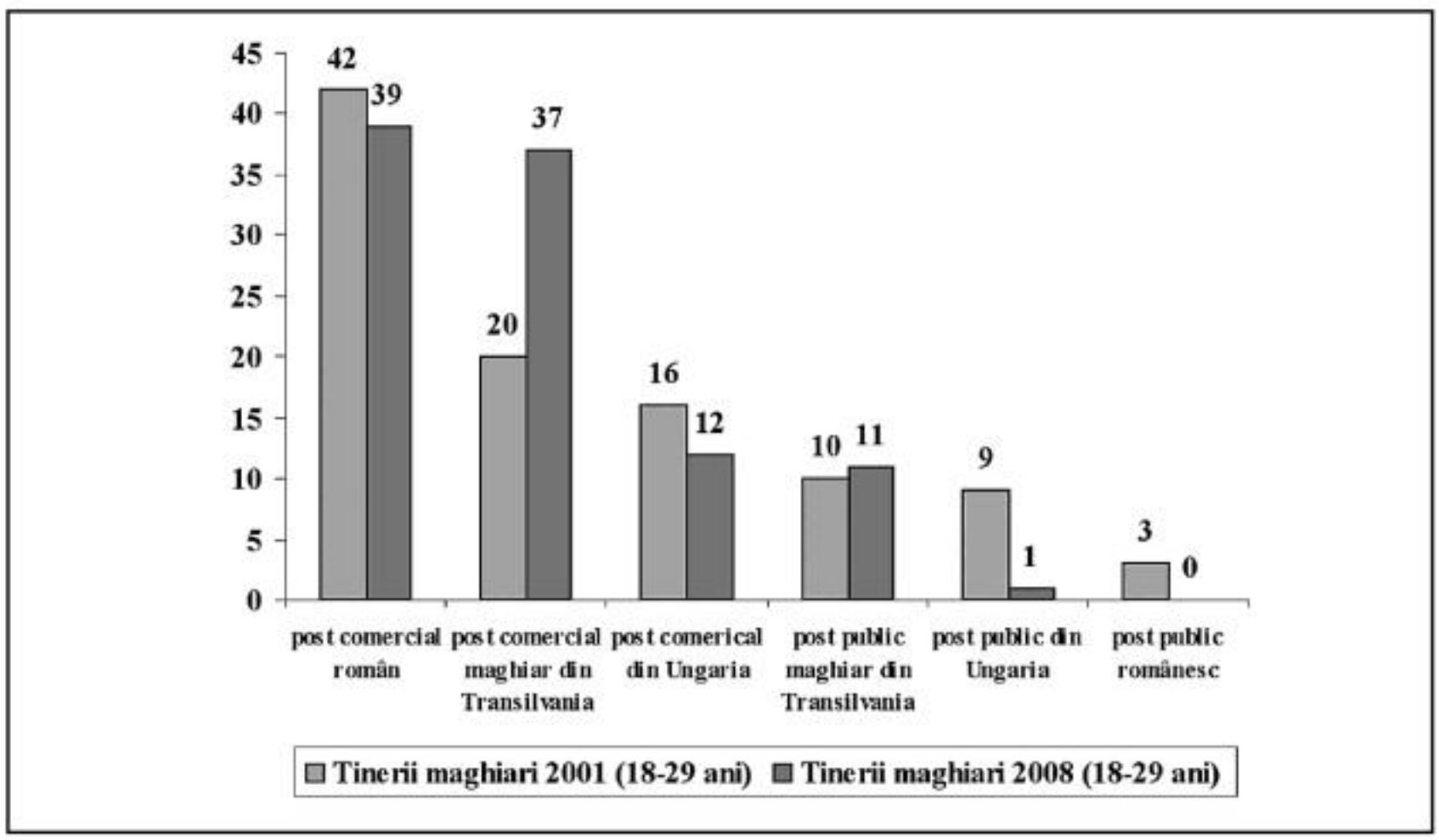
Material cu drept de autor

Şi în cazul ascultătorilor de radio sunt valabile aceleaşi obiecţii de ordin metodologic ca şi în cazul vizionării TV: în cele două anchete sociologice întrebările au fost formulate diferit. Analizând lista celor mai ascultate posturi radio putem afirma că faţă de 2001 atât posturile din Ungaria cât şi cele în limba română pierd oarecum teren în faţa posturilor radio în limba maghiară din România. În comparaţie cu rezultatele din 2001, Europa FM rămâne şi în 2008 cel mai popular post. El este urmat de radio Kiss FM, un post comercial de limbă română, urmaşul postului radio Contact. Avantajul celor două posturi radio este că ele pot fi recepţionate la nivel naţional, şi foarte probabil că în zonele locuite într-un procent mai scăzut de maghiari audienţa acestora este mai mare în rândul maghiarilor, deoarece nu există posibilitatea recepţionării unor posturi în limba maghiară. Totodată, mai multe posturi româneşti comerciale cu o audienţă mai scăzută au ieşit de pe noua listă de popularitate (Impuls, Uniplus, Transilvania). În rândul posturilor de radio din 2008 ocupă un loc important City radio din Satu Mare, înfiinţat în 2005, respectiv Paprika radio din Cluj-Napoca, înfiinţat în 2006, devansând posturi ce se bucurau de o popularitate foarte mare în 2001, ca radio Danubius şi Sláger. Postul Mix FM, care transmite în Secuime şi emisiuni în limba maghiară, se bucură în continuare de o audienţă importantă: în total 8,2% în cele trei oraşe din Secuime.

În concluzie, putem afirma că în anii trecuţi a crescut numărul posturilor de radio comerciale maghiare din Transilvania, iar această creştere s-a produs în detrimentul posturilor comerciale în limba română şi al celor din Ungaria. Figura care prezintă audienţa tipurilor de radio arată foarte bine aceste schimbări – în ciuda faptului că procentele nu pot fi în sine comparate, din cauza metodologiei diferite de culegere a datelor.

Material cu drept de autor

31. Audiența tipurilor de radio în 2001 şi 2008. Procente din rândul acelor care au menționat posturi.



Putem constata totodată scăderea foarte accentuată interesului tinerilor pentru posturilor publice de radio din Ungaria şi a celor în limba română. În pofida acestora, posturile publice în limba maghiară din Transilvania (în primul rând cele din Târgu-Mureş şi Cluj) se bucură în continuare de o popularitate asemănătoare cu cea din 2001.

În privința limbii utilizate în ascultarea radioului, se pare că tinerii maghiari din Transilvania ascultă posturile în limba română şi maghiară deopotrivă. Întrebarea din 2008 referitoare la această problemă arată că asemenea vizionării TV, puțin mai mult de jumătate dintre tinerii maghiari (55,8%) ascultă radioul în mare măsură sau exclusiv în limba maghiară. Însă aici este mai mare ponderea celor care ascultă mai degrabă posturi româneşti (13,8%). Acest lucru se datorează foarte probabil lipsei posturilor maghiare din anumite regiuni ale Transilvaniei Centrale.

Material cu drept de autor

32. Ce limbă utilizaţi când ascultaţi radio?
Tineri maghiari din Transilvania între 18-29 ani, 2008

	Transilvania		Secuime	Partium	Transilvania Centrală
Doar limba maghiară	41,7		49,4	37,6	30,7
În mare parte lb. maghiară, dar şi limba română	14,1		15,0	16,8	9,9
Lb. maghiară şi lb. română în proporţii egale	29,2		27,8	28,9	32,3
În mare parte lb română, dar şi limba maghiară	5,4		2,8	8,1	7,8
Doar limba română	8,4		3,9	7,5	17,7
Altă situaţie (utilizează altă limbă)	1,2		1,1	1,2	1,6
Total	**100,0**		**100,0**	**100,0**	**100,0**

5.3. Lectura ziarelor

Cea mai puţin exactă comparaţie poate fi cea care analizează lectura ziarelor, în sensul că în rândul maghiarilor din Transilvania gradul de lectură a publicaţiilor locale (regionale, judeţene) este cel mai ridicat, şi rezultatele eşantioanelor reprezentative la nivel naţional folosite de noi pot distorsiona în mod semnificativ analiza consumului unuia sau a altuia dintre produsele media.

În ceea ce priveşte intensitatea consumului de presă scrisă, datele din 2001 şi 2008 nu pot fi comparate. În 2001 chestionarul s-a referit la cât de des citesc cotidiene (!), în timp ce în 2008 am întrebat dacă în ultima săptămână au citit presă scrisă (cotidian, săptămânal, revistă). În 2001 62% dintre tinerii maghiari cu vârste între 18-29 de ani au declarat că citesc cel puţin o dată pe săptămână un cotidian; în 2008 56% au afirmat că în săptămâna anterioară, premergătoare întrebării, au citit o publicaţie oarecare. Analizând cele două date putem presupune că pe parcursul ultimilor şapte ani a scăzut oarecum procentul cititorilor de presă scrisă, însă această scădere nu este semnificativă.

Material cu drept de autor

33. Cotidiene, săptămânale, reviste citite cel mai frecvent/des, 2001 şi 2008. Procentul în populaţia întreagă a celor mai citite 30 de publicaţii

2001 Vă rog să enumeraţi acele – cel mult cinci – cotidiene, respectiv acele – cel mult cinci – săptămânale, reviste pe care le citiţi cel mai des.	
Publicaţie	**% în eşantion total**
Krónika	17,6
Hargita Népe	11,2
Háromszék	10,5
Nők Lapja	9,0
Bihari Napló	8,6
Heti Hirdető	6,6
Szatmári Friss Újság	6,2
Népújság	6,1
Szabadság	5,0
Udvarhelyi Híradó	4,8
Európai Idő	4,7
Nyugati Jelen	3,8
României Magyar Szó	3,3
Pro Sport	3,2
Tina	2,9
Kiskegyed	2,8
Jurnalul bihorean	2,4
Adevărul	2,4
Informatia zilei	2,4
Tudás fája	2,3
Evenimentul zilei	2,2
Brassói Lapok	2,2
Bravo, Bravo Girl	2,1
Erdélyi Napló	1,8
Székely Hírmondó	1,7
Agenda	1,5
Glasul maramuresului	1,5

2008 Săptămâna trecută aţi citit vreo publicaţie? (cotidian, săptămânal, revistă)? Cel puţin trei menţionări..	
Publicaţie	**% în eşantion total**
Háromszék	8,4
Szatmári Friss Újság	5,0
Krónika	4,9
Szabadság	3,9
Székely Hírmondó	3,3
Nők Lapja	3,2
Bihari Napló	3,0
Csíki Hírlap	2,9
Népújság	2,9
Heti Hirdető	2,8
Vásárhelyi Hírlap	2,6
Udvarhelyi Híradó	2,5
Informaţia zilei	2,2
Hargita Népe	1,6
Pro Sport	1,5
Cluj Express	1,5
Erdővidék	1,3
Reggeli Újság	1,2
Brassói Lapok	1,1
Libertatea	1,0
Nagykároly és vidéke	1,0
Jurnalul Bihorean	0,9
Flash	0,9
Új Magyar Szó	0,8
Gazeta sporturilor	0,7
Heti Új Szó (Timişoara)	0,7
Bravo, Bravo Girl	0,7

Material cu drept de autor

Cosmopolitan	1,3
Szilágyság	1,3
Story	1,1

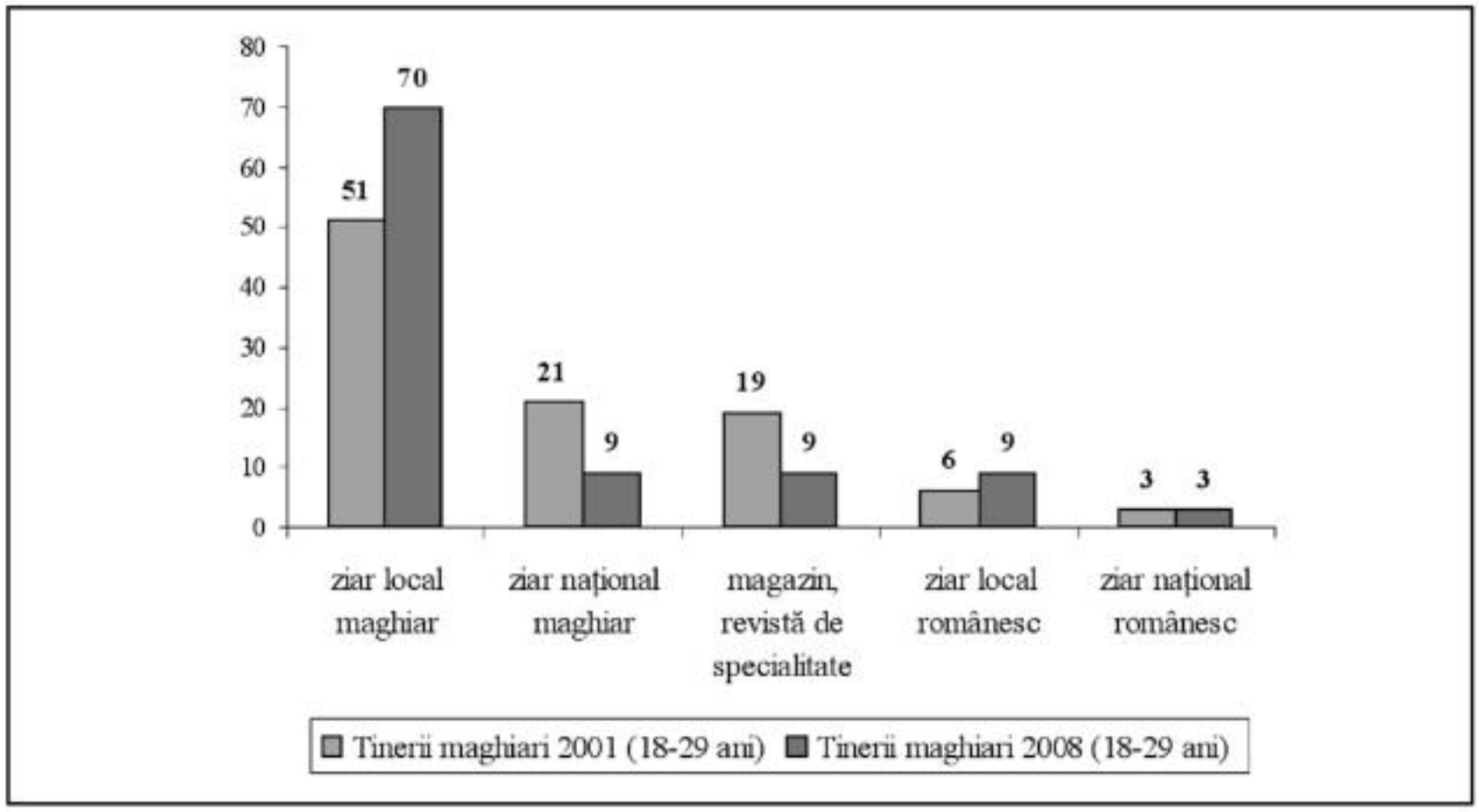
Szatmári Magyar Hírlap	0,7
Ziarul financiar	0,6
Agenda zilei	0,5

Piața presei scrise este mult mai diversificată şi mai fragmentată decât cea a televiziunii şi a radioului. Oferta este evident mai mare; o multitudine de organe de presă concurează pe piață. Publicăm inventarul celor mai des citite cotidiene, săptămânale şi magazine doar în scopul prezentării lor – după cum am mai afirmat, pe baza eşantioanelor noastre nu pot fi formulate enunțuri reprezentative pentru mărimea grupurilor de cititori. Pentru o mai bună orientare merită să cercetăm gradul de lectură a diferitelor publicații. Am creat cinci categorii: publicații maghiare naționale (cotidiene şi săptămânale), publicații maghiare locale (cotidiene şi săptămânale), publicații româneşti naționale, publicații româneşti locale şi regionale, a cincea categorie fiind alcătuită din reviste, magazine, reviste de specialitate, indiferent de limba în care sunt publicate. Gradul de lectură a tipurilor de publicații arată foarte bine că, atât în 2001, cât şi în 2008 cotidienele şi săptămânalele maghiare de interes local sunt cele mai populare în rândul tinerilor maghiari din Transilvania. Se pare că dominația ziarelor locale maghiare s-a intensificat în timp; acest lucru rezultă şi din faptul că scade „cota de piață" a publicațiilor maghiare cu acoperire națională, respectiv a diferitelor magazine. Din datele care ne stau la dispoziție nu putem concluziona că în număr absolut a crescut grupul cititorilor de publicații locale şi a scăzut cel al publicațiilor naționale, însă acesta pare a fi cel mai plauzibil scenariu. Apariția noilor publicații locale dinultimii ani (*Csíki Hírlap, Szatmári Magyar Hírlap, Vásárhelyi Hírlap*) întăreşte acest scenariu. Publicațiile maghiare cu acoperire națională au trecut oarecum în umbră (grupul de cititori ai celor două cotidiene naționale *Krónika* şi *Új Magyar Szó* a scăzut, săptămânalele au ieşit de pe lista de popularitate până în 2008).

Gradul de lectură a magazinelor şi a revistelor este foarte scăzut; *Nők Lapja, Bravo* şi ziarele de sport apar în această categorie. Cota lor de piață a scăzut în ultimii şapte ani; în momentul de față reprezintă 9%, proporție care este comparabilă cu procentul cititorilor de publicații maghiare naționale, respectiv de publicații locale în limba română.

Material cu drept de autor

34. Frecvența citirii diferitelor tipuri de publicații în 2001 și 2008. Procente în rândul celor care menționează publicații.



Printre mijloacele de comunicare în masă, utilizarea limbii materne iese în evidență cel mai mult în cazul lecturii ziarelor; două treimi dintre tineri citesc ziare aproape exclusiv în limba maghiară. În Secuime proporția acestora ajunge la 80%.

35. Ce limbă utilizați când citiți ziare?
Tineri maghiari din Transilvania cu vârste între 18-29 ani, 2008

	Transil-vania		Secuime	Partium	Transilvania Centrală
doar limba maghiară	54,6		70,3	45,3	32,6
în mare parte lb. maghiară, dar şi limba română	11,2		8,9	18,0	9,1
lb. maghiară şi lb. română în proporţii egale	22,3		17,3	25,0	29,7
în mare parte lb. română, dar şi limba maghiară	4,3		0,9	5,2	10,3
doar limba română	7,3		2,3	6,4	18,3
altă situaţie (utilizează altă limbă)	0,1		0,3		
Total	**100,0**		**100,0**	**100,0**	**100,0**

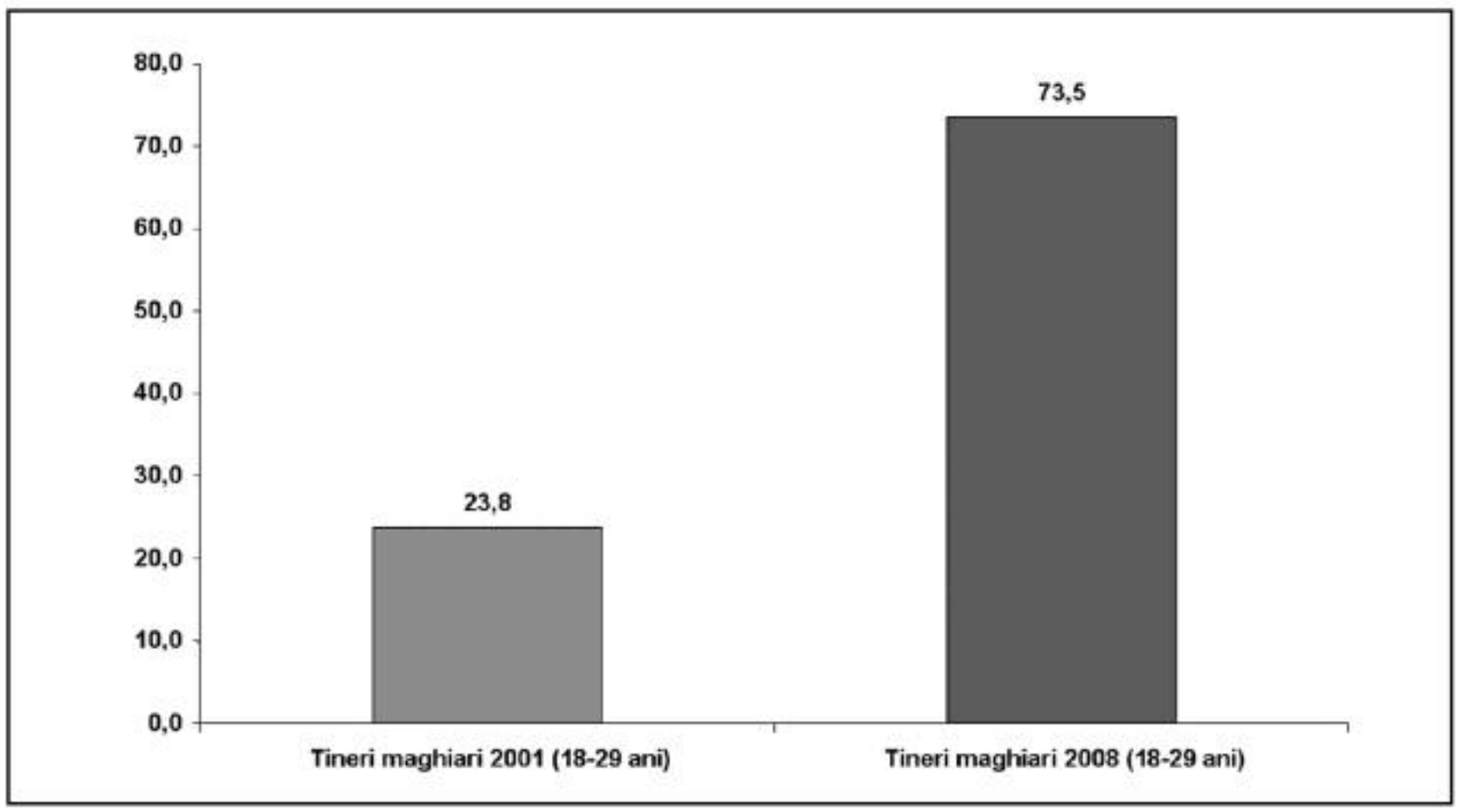
Material cu drept de autor

6. Utilizare internet

6.1. Procentul și caracterizarea generală a utilizatorilor de internet

În ultimii șapte ani cea mai spectaculoasă schimbare s-a înregistrat în utilizarea internetului. Între 2001 şi 2008 în rândul tinerilor maghiari din Transilvania sub 29 de ani s-a triplat procentul celor care, potrivit propriei declarații, obișnuiesc să utilizeze internetul.

36. Obişnuiți să utilizați internetul? 2001 şi 2008, procentul răspunsurilor „da".



În ultimii şapte ani a scăzut în mod semnificativ procentul analfabeților digitali, al tinerilor care nu utilizează nici calculator, nici internet. În timp ce în 2001 59% dintre tinerii maghiari din Transilvania erau în această situație, în 2008 doar 14% dintre cei chestionați nu utilizează nici calculator, nici internet.

În grupa de vârstă de 18-35 de ani, 21% dintre tinerii maghiari din Transilvania pot fi considerați analfabeți digitali; la nivel național, 26% dintre tinerii cu vârste între 18-35 de ani nu utilizează nici calculatorul, nici internetul.

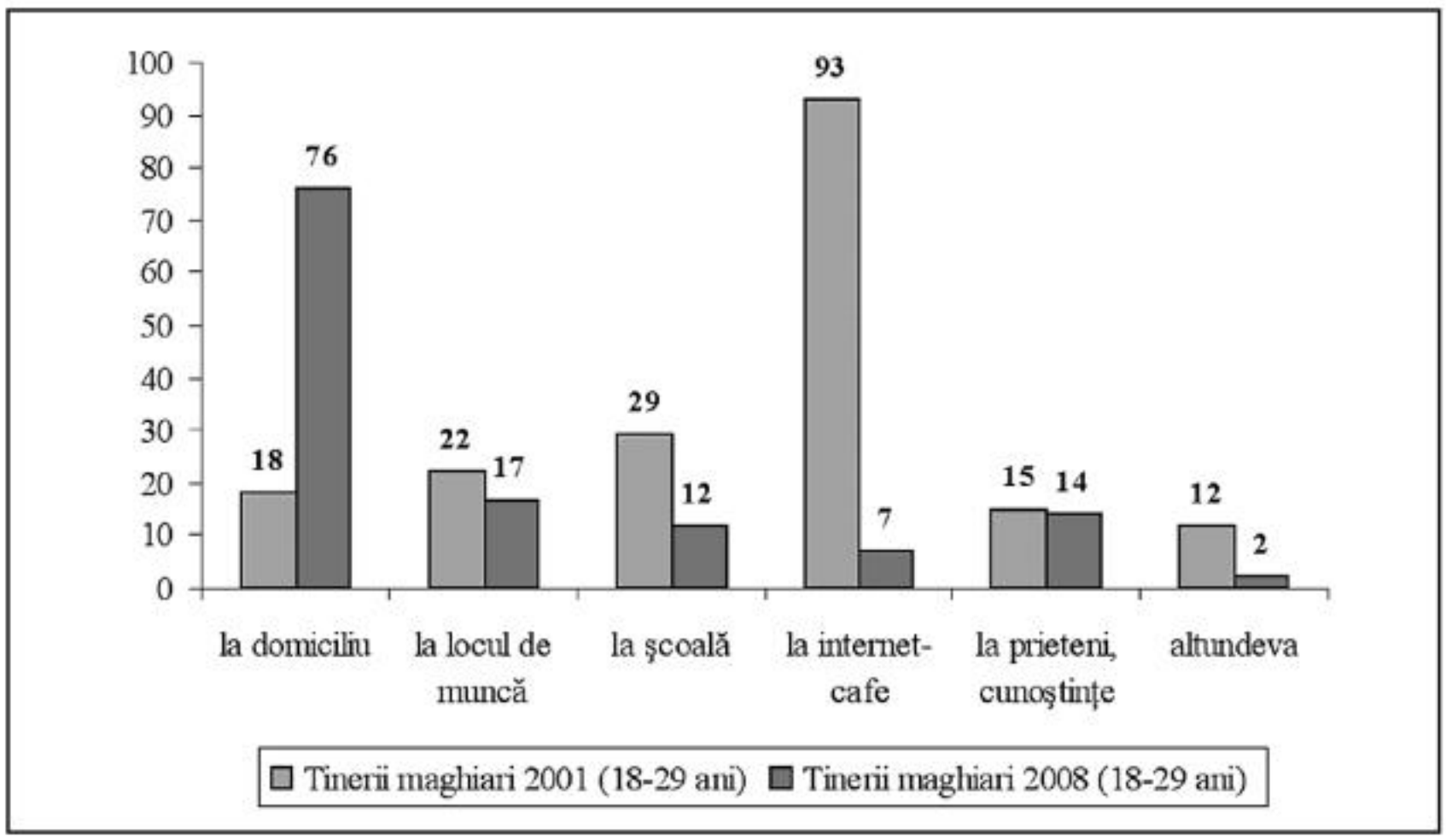
Material cu drept de autor

37. Procentul celor care nu utilizează nici calculator, nici internet (2008, 18-35 ani)

	Eşantion total	Urban	Rural
Tineri din România	26%	14%	37%
Tineri români din Transilvania	20%		
Tineri maghiari din Transilvania	21%	10%	33%

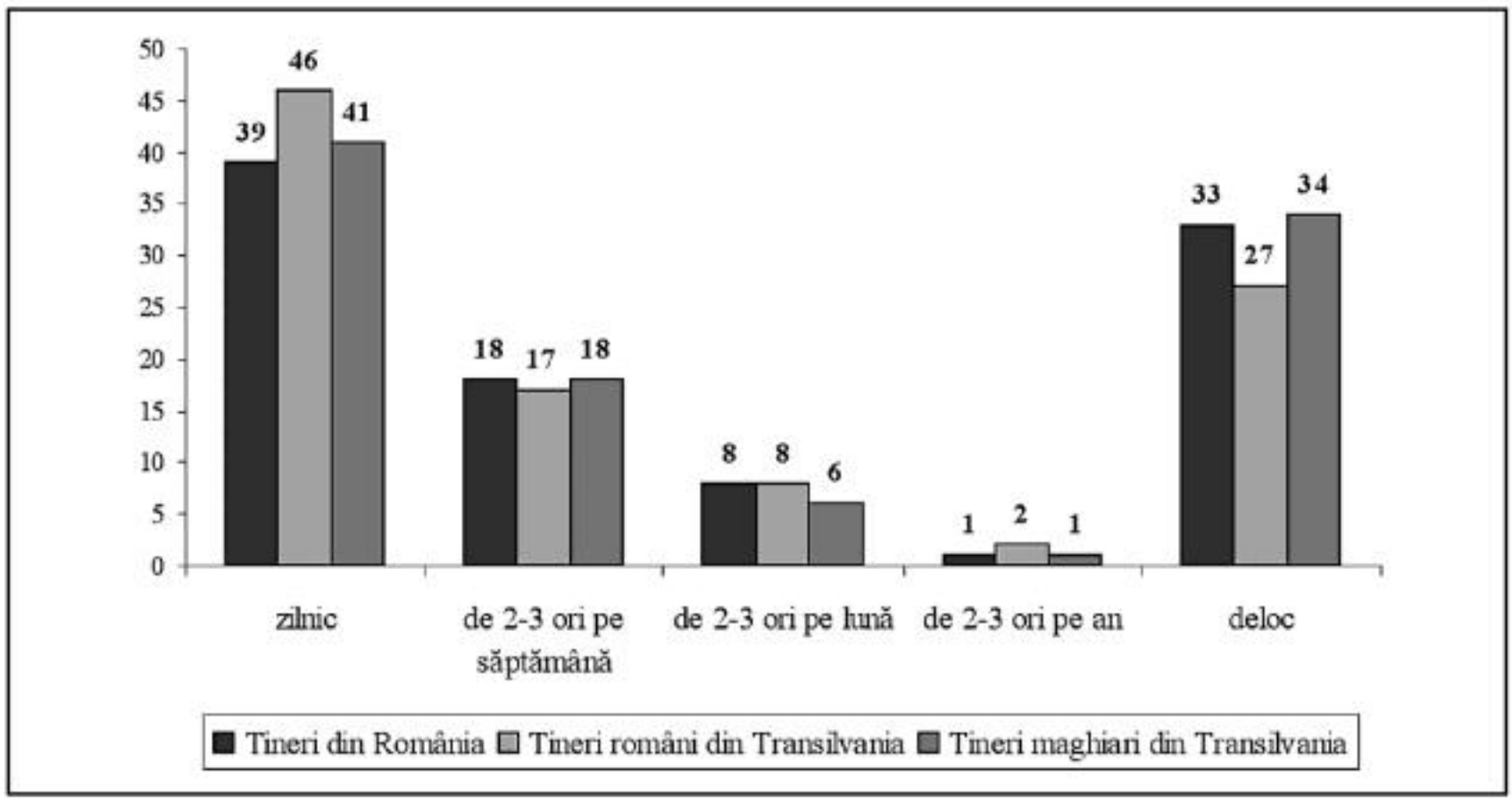
În privința locațiilor de utilizare a internetului putem afirma că utilizarea la domiciliu a luat locul utilizării în internet-cafe-uri. În timp ce în 2001 aproape toată lumea frecventa internet-cafe-urile şi din totalul utilizatorilor de internet ponderea celor care îl utilizau la domiciliu era de doar 18%, acest procent a crescut de patru ori în şapte ani; majoritatea tinerilor care utilizează internetul (76%) dispun de conexiune la domiciliu. În eşantionul total, 57% dintre tinerii cu vârste între 18-29 de ani au la domiciliu conexiune la internet.

38. Unde obişnuiţi să utilizaţi internetul? În rândul celor care utilizează internetul. Au fost posibile mai multe răspunsuri.



Două treimi dintre tinerii din România cu vârste între 18-35 de ani obişnuiesc să utilizeze internetul; tinerii maghiari din Transilvania utilizează internetul în aceeaşi proporţie. În cazul subeşantionului tinerilor români din Transilvania constatăm o proporţie ceva mai mare: 73% dintre cei chestionaţi au răspuns că obişnuiesc să utilizeze internetul cu o oarecare regularitate.

39. Cât de des utilizaţi dvs. internetul...? Tineri din România, tineri români din Transilvania şi tineri maghiari din Transilvania 2008 (18-35 ani).



Procentul celor care utilizează zilnic internetul este cel mai mare în rândul tinerilor români din Transilvania; aproape jumătate din această populaţie utiliza zilnic internetul în 2008. În cazul tinerilor maghiari această proporţie a fost de 41%, în cazul întregii populaţii tinere a României ponderea fiind de 39%.

40. Procentul utilizatorilor de internet (2008, 18-35 ani)

	Eşantion total	Urban	Rural
Tineri din România	66%	82%	44%
Tineri români din Transilvania	73%		
Tineri maghiari din Transilvania	66%	80%	49%

Material cu drept de autor

Utilizarea internetului merită a fi analizată în funcție de variabilele sociale. Fiecare dintre rezultatele prezentate arată diferențe semnificative. Se poate constata că utilizarea internetului este mai intensă în rândul celor din orașe mari, foarte tineri, cu calificare înaltă sau care își continuă studiile, cu o situație materială bună. În cazul acestor straturi sociale proporția celor care utilizează internetul oscilează între 85-95%.

În interiorul regiunilor din Transilvania, procentul cel mai scăzut al utilizatorilor de internet este în Secuime, cel mai ridicat fiind în Transilvania Centrală. Una dintre cauze poate fi mărimea localității.

Nu putem identifica diferențe semnificative între populația totală din România și populația maghiară tânără. Se pare că în cazul tinerilor români, diferența între sexe nu este la fel de accentuată ca și în cazul tinerilor maghiari, cu toate că în cazul ambelor etnii băieții utilizează mai des internetul. Similar, în cazul mărimii localității, se pare că tinerii maghiari care trăiesc în localități mai mici utilizează mai des internetul, însă diferențele sunt date mai degrabă de diferențele regionale. Dacă comparăm tinerii maghiari cu tinerii români din Transilvania vom vedea procente inversate; astfel, utilizează zilnic internetul doar 23% dintre tinerii maghiari de la sate, comparativ cu 33% dintre tinerii români de la sate.

41. Intensitatea utilizării internetului pe baza variabilelor de bază. Tineri maghiari din Transilvania și tineri din România (18-35 ani).

		Tineri maghiari din Transilvania			Tineri din România		
		Zilnic	**Mai rar**	**Deloc**	**Zilnic**	**Mai rar**	**Deloc**
Regiune	Secuime	38,8	22,7	38,5			
	Partium	40,2	24,1	35,7			
	Transilvania de Centru	46,9	25,2	27,9			
Mărimea localității	< 4.000 locuitori	20,9	25,6	**53,5**	20,4	23,9	**55,6**
	4.000-30.000 locuitori	43,7	24,2	32,1	31,7	27,6	**40,7**
	30.000-100.000 locuitori	**57,1**	19,3	23,5	**54,8**	31,0	14,3
	100.000-200.000 locuitori	**65,9**	20,2	14,0	**49,1**	**38,7**	12,3
	peste 200.000 locuitori	**64,2**	23,0	12,8	**61,7**	28,5	9,8

Material cu drept de autor

Sex	Masculin	**48,1**	20,2	31,7	43,5	26,4	30,2
	Feminin	34,2	**27,3**	38,5	33,6	29,3	37,1
Grupă de vârstă	18-24 ani	**56,4**	23,9	19,7	**49,5**	28,6	21,9
	25-29 ani	41,0	22,1	36,9	38,1	26,0	36,0
	30-35 ani	25,5	24,5	**50,0**	27,1	28,6	**44,4**
Studii	Şcoală generală	12,1	9,6	**78,3**	5,4	15,3	**79,3**
	Şcoală profesională	20,2	19,7	**60,1**	11,9	25,3	**62,9**
	Medii	42,2	**31,1**	26,7	**45,3**	29,2	25,5
	Superioare	**74,5**	20,9	4,7	**60,9**	**33,0**	6,2
Activitate economică	Elev, student	**77,0**	20,7	2,3	**61,8**	**32,1**	6,1
	Inactiv (casnic, şomer)	15,0	20,5	**64,5**	10,9	17,8	**71,3**
	Activ din punct de vedere economic	38,4	25,5	36,1	40,1	29,7	30,2
Aprecierea subiectivă a venitului	Trăiesc cu probleme materiale	19,7	16,3	**64,0**	17,2	22,5	**60,3**
	Reuşesc cu	34,4	26,2	39,5	41,1	31,4	27,6
	Trăiesc acceptabil, bine	**56,3**	24,3	19,4	**58,4**	28,0	13,6
Eşantion total		**41,3**	**23,7**	**35,0**	**38,7**	**27,8**	**33,5**

6.2. Efectul utilizării internetului asupra activităților de petrecere a timpului liber

Potrivit literaturii de specialitate, utilizarea internetului are efecte negative asupra consumului media tradițional. Noi analizăm în general legătura între utilizatorii de internet şi intensitatea diferitelor activități de petrecere a timpului liber. Putem constata că în afara variabilelor referitoare la consumul media, în cazul tuturor celorlalte activități de petrecere a timpului liber există o corelație pozitivă. Astfel, cei care utilizează zilnic internetul participă mai des la activitățile de petrecere a timpului liber. Se poate constata o diferență accentuată în cazul celor care merg în cluburi, discoteci, la teatre, concerte şi la cinematograf; cei care utilizează mai des internetul vizitează mai frecvent aceste spații culturale de petrecere a timpului liber.

Material cu drept de autor

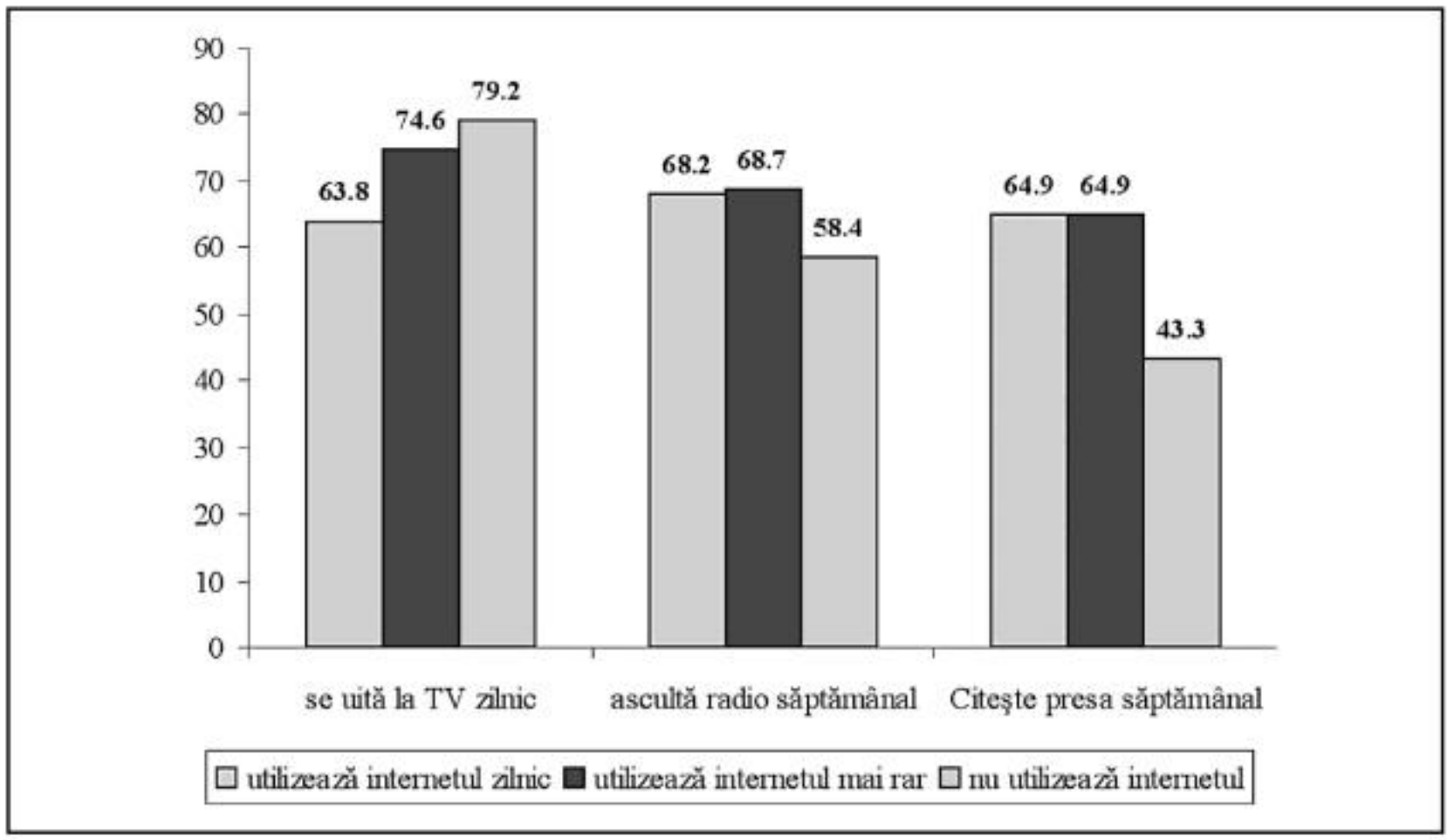
42. Media intensității activităților de petrecere a timpului liber în funcție de utilizarea internetului. Maghiari din Transilvania cu vârste între 18-35 ani.

Dvs. în timpul liber cât de des...?	Dvs. utilizați internetul?			
	Da, zilnic	Da, mai rar	Nu, deloc	Total
...vă uitați la TV?	4,39	4,61	**4,65**	4,53
...ascultați radio?	3,75	**3,80**	3,42	3,65
...citiți ziare, reviste?	3,65	**3,66**	2,95	3,41
...vă petreceți timpul cu prietenii?	**3,80**	3,60	3,15	3,53
...mergeți la cafenea, în baruri, la terase?	**3,17**	2,80	2,28	2,77
...faceți sport, mișcări de exerciții fizic?	**3,07**	2,85	2,06	2,67
...mergeți în excursie/drumeții?	**2,46**	2,40	2,12	2,32
...mergeți în cluburi, discoteci?	**2,30**	1,99	1,53	1,96
...mergeți la concerte de muzică ușoară?	**1,99**	1,87	1,54	1,81
...mergeți la teatru, spectacole de balet, concerte de muzică clasică?	**1,85**	1,68	1,20	1,58
...mergeți la cinematograf?	**1,79**	1,57	1,19	1,53

Am analizat separat influența utilizării internetului asupra consumului media. Putem constata că doar în cazul vizionării programelor TV există o corelație negativă: cu cât cineva utilizează mai mult internetul, cu atât mai rar se uită la televizor. Proporția celor care se uită zilnic la televizor dintre cei care utilizează zilnic internetul este de 64%, iar dintre cei care nu utilizează internetul este de 79%. În cazul radioului şi al lecturii ziarelor se poate observa că cei care ascultă radio şi citesc mai puțin sunt cei care nu utilizează în mod regulat nici internetul.

Material cu drept de autor

43. Proporţia consumatorilor media în funcţie de utilizarea internetului. Maghiari din Transilvania cu vârste între 18-35 de ani.



7. Concluzii

Merită să ne întoarcem preţ de câteva idei la câteva interpretări posibile care pot fi interesante şi la nivel de politici publice.

Rezultatele cercetării arată că frecventarea activităţilor culturale şi de petrecere a timpului liber nu este în primul rând o chestiune de generaţie, adică nu vârsta în sine influenţează măsura, nivelul acesteia. Schimbarea statusului social, întemeierea familiei, intrarea în câmpul muncii au o influenţă mai mare asupra obiceiurilor de petrecere a timpului liber. Poate fi adevărat şi contrariul acestei constatări: tinerii sunt dispuşi să se despartă cu greu de modul de viaţă care le asigură un grad ridicat de libertate; aceasta poate fi cauza extinderii/prelungirii tot mai pronunţate a perioadei de tinereţe sau chiar a scăderii disponibilităţii de a avea copii. Tinerii sunt conştienţi că familiştilor, şi mai ales celor cu copii li se schimbă în mod radical cadrul de petrecere a timpului liber. Acesta ar putea fi schimbat de crearea unui mediu mai prielnic familiei

Material cu drept de autor

şi copilului, în măsura în care continuă extinderea sistemului creşelor şi mărirea timpului de activităţi şcolare zilnice. Spaţiile de îngrijire şi de joacă pentru copii din malluri şi din marile centre comerciale existente deja şi la noi sunt dovada faptului că este previzibilă o mişcare în această direcţie a industriei de divertisment. Evident, ar fi de dorit ca şi alte instituţii ale vieţii culturale şi sociale să pună în practică soluţii similare.

Tinerii maghiari care trăiesc în diaspora internă şi în minoritate se află într-o situaţie specifică în privinţa vieţii lor sociale şi comunitare. Dincolo de existenţa sau inexistenţa instituţiilor maghiare, reţeaua lor de legături mai modestă înseamnă şi slăbirea poziţiei lor concurenţiale, în primul rând prin capitalul lor social mai scăzut. Dincolo de sprijinirea instituţiilor culturale, respectiv a micilor programe pentru comunitate, situaţia lor socială, puterea lor pe piaţă ar putea fi întărite prin sistemul de educaţie, cu ajutorul unor programe de pregătire profesională de excelenţă, cu ajutorul creşterii gradului de cunoaştere a limbilor străine.

În ceea ce priveşte consumul media, în cazul maghiarilor din Transilvania se creionează în mod evident o imagine bipolară. Între cel local (publicaţii şi radiouri maghiare judeţene) şi cel mai îndepărtat (televiziuni din Ungaria) lipseşte spaţiul media din Transilvania, care în cadrul societăţii maghiare din Transilvania ar îndeplini funcţiile de informare, de divertisment, de purtător de valori. Pentru a reuşi acest lucru, o posibilă soluţie ar fi şi pe mai departe crearea unei televiziuni şi a unui radio în limba maghiară cu acoperire pe toată Transilvania.

Datorită proceselor descrise mai sus, în consumul media al tinerilor maghiari devine din ce în ce mai pregnantă utilizarea limbii maghiare. Acest fapt este în sine un lucru pozitiv, bine-venit, însă pune problema competenţelor lingvistice. Prin extinderea vizionării TV în limba maghiară ar putea scădea nivelul cunoaşterii limbii române în rândul tinerilor maghiari; mai mult, odată cu sincronizarea filmelor de către televiziunile maghiare, ar avea o influenţă negativă şi asupra cunoaşterii unor limbi străine.

Rezultatele cercetării noastre arată că utilizarea internetului nu se face în dauna altor activităţi culturale sau de petrecere a timpului liber; mai degrabă putem constata că aceste activităţi sunt asociate pozitiv (excepţie face vizionarea TV, care este mai puţin frecventă în rândul celor care utilizează internetul). Evident, acest lucru este influenţat de alte variabile adiacente, cum ar fi urbanizarea, nivelul de şcolarizare, starea materială bună. Astfel, în mod evident, internetul – în limita proporţii-

Material cu drept de autor

lor date de acces – face mai pregnante diferențele social-economice deja existente. Din acest considerent trebuie tratată în continuare prioritar sprijinirea programelor care țintesc lărgirea gradului de accesibilitate la internet a celor din mediul rural.

Bibliografie

ANGELESCU, Coralia – JULA, Dorin
1997 *Timpul liber. Condiționări și implicații economice.* Editura Economică, București.
AZZOPARDI, Anthony
2004 Szabadidő: kockázati tényezők és a sebezhetőséghez vezető utak. In: GÁBOR Kálmán – JANCSÁK Csaba (coord.): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben.* Belvedere Meridionale, Szeged, 223–239.
HORVÁTH István – DEÁK SALA Zsolt
1995 A romániai magyar egyesületek és alapítványok szociológiai leírása. *Korunk* (11). 23–58.
KISS Tamás
2009 Az RMDSZ és az erdélyi magyar választók. *Pro Minoritate.* 34–57.
POKOL Béla
1995 *Modern francia szociológiaelméletek.* Budapest.
ROTH, Andrei
2002 *Modernitate și modernizare socială.* Polirom, București.
VETÉSI László
2000 Szórványstratégia – nemzetstratégia. *Magyar Kisebbség.* (2) 172–214.
VITÁNYI Iván
2007 *A magyar kultúra esélyei.* MTA, Budapest.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

BOKOR Zsuzsa

Retradiționalizare? Tinerii ardeleni despre familie, îngrijirea copiilor şi munci domestice

Atitudinea tinerilor față de rolurile de gen, familie şi creşterea copiilor poate fi interesantă din mai multe puncte de vedere. Studiul tineretului are capacitatea de a ne ghida privirea în mai multe direcții. În afară de faptul că tineretul este în sine un grup înzestrat cu elemente culturale şi sociale specifice stratului social pe care îl formează, dintr-o perspectivă retrospectivă el ne arată, pe de o parte, cum supraviețuiesc, respectiv se devalorizează valorile transmise de familie, pe de altă parte, felul în care opiniile formulate au capacitatea de a proiecta perspectiva noii generații aflate în proces de a deveni adultă. Cu alte cuvinte, ne semnalează cine sunt viitorii reprezentanți ai generației adulte. Bineînțeles, nicio privire nu este „pură", pe de o parte pentru că în cadrul unei anchete sociologice bazate pe interviul structurat nu putem creiona o imagine clară despre aceste probleme considerate în sine intime, chiar tabuuri, iar pe de altă parte analiza proceselor de schimbare conține numeroase necunoscute (atât din trecut, cât şi din viitorul încă incert), ceea ce introduce anumite elemente de incertitudine în concluziile noastre.

Odată cu finalizarea anchetei şi realizarea bazei de date am căutat curioşi relațiile ce se desprind din tabelele de contingență încropite în grabă: cum sunt de fapt tinerii? Unele relații păreau cunoscute, altele ne-au surprins şi ne-au îndemnat să căutăm soluții noi. În studiul de față doresc să descriu pe scurt acele întrebări şi probleme din ancheta sociologică ce au atins problematica familiei şi a rolurilor de gen. Mă gândesc în special la problemele care trasează oarecum coordonatele posibile ale unei interpretări plauzibile.

Material cu drept de autor

Bineînțeles, aceste probleme nu pot fi separate în mod artificial şi rigid, deşi aparent ele țin de domenii diferite ale câmpului ştiințific. Unele probleme tratate sunt dominate de demografie, iar altele de studiile de gen. Problemele sunt de fapt interconectate şi cred că trebuie să le analizăm ca atare. Astfel putem evita discursul unilateral care provine pe de o parte din tendința de a discuta despre căsătorie şi copii doar prin prisma cifrelor, iar pe de altă parte din obişnuința de a prezenta formarea atitudinilor legate de rolurile de gen exclusiv prin grila dată de perechea de contrarii tradițional-modern, fără a lua în considerare distribuția acestor variabile.

1. Tradițional sau modern?

Dacă dorim să analizăm atitudinile față de rolurile de gen din societatea noastră, nu putem vorbi despre ele doar ca structuri statice sau tendințe dominante de decenii, deşi există elemente care se găsesc şi persistă timp de mai multe generații, par imobile şi conferă acestor manifestări o aură de stabilitate. Trebuie să observăm şi variatele dinamice ale valorilor: trebuie să menționăm schimbările – deşi studiul de față nu le tratează aprofundat – care în ultimii ani au transformat substanțial situația domestică a femeilor şi a bărbaților din România, respectiv pe cea de pe piața muncii. Mă gândesc la procese ca de exemplu creşterea numărului de femei în educația universitară, rata şomajului, care este mai scăzută în cazul femeilor decât în cel al bărbaților, creşterea vârstei la prima căsătorie în favoarea carierei şi a muncii, temperarea intenției de a creşte copii etc. Însă trebuie să arătăm şi situații şi procese care nu indică neapărat egalitatea de gen în spațiul domestic sau la locul de muncă, ci dimpotrivă: de exemplu *pay gap*, adică diferența de salarii, care este în continuare peste media europeană la români, proporția infimă a femeilor aflate în poziții de conducere față de bărbați (chiar şi în educație, unde procentul angajaților de sex feminin este de 73% şi doar 20% dintre pozițiile de conducere sunt ocupate de femei), respectiv faptul că femeile tind să lucreze în continuare mai degrabă în regim de normă redusă, dispun de mai puțin timp liber pentru că în afara orelor de serviciu îşi dedică majoritatea timpului îngrijirii membrilor familiei etc. (vezi EUROSTAT 2008).

Deşi există experți care folosesc cu predilecție categorizarea tradițional-modern când descriu fenomene sociale est-europene, nu poate fi descris totul pe marginea acestei dihotomii. Viziunea, care în mod caracteristic s-a

Material cu drept de autor

format în Europa Occidentală, consideră tradițional (conservator, cutumiar) acel tipar dominant până la începutul secolului XX în care femeia este casnică și mamă, locul ei fiind lângă leagăn sau cratiță, iar bărbatul este singurul care câştigă pâinea. Pe de altă parte, tot ceea ce diferă de acest tipar şi care se bazează pe o diviziune oarecum egală a muncii între parteneri este prezentat ca modern. Termenii de retradiționalizare (*retraditionalization*) și detradiționalizare (*detraditionalization*) au fost puşi în circulație și popularizați de teorii similare (bazate pe dihotomia tradițional-modern) mai ales în urma studiilor lui Katherine Verdery (1996), respectiv ale lui Susan Gal şi Gail Kligman (vezi, de exemplu, Gal–Kligman 2000). Autorii susțin că după căderea regimului Ceauşescu femeile – printre altele ca rezultat al lichidării ideologiei comuniste – s-au întors la rolurile lor tradiționale.

Problema cea mai mare a teoriei constă în caracterul ei schematic. De aceea nici nu poate fi utilizată în contextul nostru. Pe de altă parte, evaluează fenomenele ori negativ, ori pozitiv, fără cale de mijloc. Experții atribuie calități negative valorilor tradiționale şi pozitive celor moderne, deşi termenul de *casnică*, de exemplu, este diferențiat şi înțelesul lui diferă de la un grup social la altul, iar semnificațiile diferite sunt conexe unor valorizări diferite (vezi şi Blaskó 2005: 160) care nu pot fi calificate univoc şi interpretate fără rezerve ca un „pas înapoi" în dezvoltare. Mai degrabă trebuie să le percepem ca „reacții raționale la constrângeri structurale", aşa cum ne recomandă Blaskó Zsuzsa în analiza situației din Ungaria.

Care sunt aceste constrângeri structurale? La început de secol XXI mai mult de 46% din populația României trăieşte la sat, iar modul de viață aferent înseamnă într-adevăr menținerea unei viziuni oarecum tradiționale a modelului de familie conform căruia femeia „serveşte" bărbații şi copiii, în timp ce spațiul de manevră al bărbatului este mult mai întins, el este mai mobil (vezi Verdery 1996: 61–82). Modelul de familie promovat de Ceauşescu şi politica pronatalistă ce îl susținea se integrează practic în aceeaşi concepție, dar într-un mod care dublează munca femeilor, făcând-le viața insuportabilă. În România au rămas în vigoare modelele de socializare din trecut, modele care tratează diferențiat fetele şi băieții. Cei din urmă, susțin specialiştii, primesc un soi de trusă de supraviețuire şi sunt mai degrabă susținuți în efortul lor de a-şi consolida încrederea în sine. Comparativ, fetelor, percepute din start ca ființe mai emoționale, li se alocă poziții subordonate (Popescu–Roth 2002: 468). Consecințele acestui tip de socializare se regăsesc peste tot, începând de la tentativele de suicid observabile la tinerele fete până la ignorarea asumării unui rol politic. Aceasta este cauza şi a faptului că femeile, în număr semnificativ, continuă să lucreze în domenii legate

Material cu drept de autor

de grijă, îngrijire (sănătate, educație, asistență socială), iar numărul celor care-şi asumă poziții de conducere este mult mai mic.

2. Întrebările din chestionar

Deoarece ancheta sociologică nu s-a concentrat asupra problemelor de gen şi de familie, ci a dorit să prezinte o imagine de ansamblu despre tinerii maghiari şi s-a sprijinit pe chestionarul elaborat în cadrul cercetării ANSIT, nu ne putem aştepta ca bateria de întrebări referitoare la relațiile de gen şi situația familială să fie la fel de detaliată ca, de exemplu, în cercetarea Barometrul de gen din 2000. Una din consecințele acestei situații este că nu putem elabora un raport care să includă toate elementele ce descriu situația tinerilor maghiari, astfel că utilizăm doar parțial genul social ca şi categorie analitică. Din chestionarul aplicat în cercetare au lipsit tocmai acele întrebări care ar fi făcut posibilă o analiză nuanțată a problematicii, ca, de exemplu, întrebări despre sexualitate (relațiile de cuplu înainte de căsătorie, formele coabitării, divorț, homosexualitate, avort etc.), violența domestică sau modelele de socializare. Probabil că în viitor o cercetare calitativă care va completa prezenta anchetă ne va permite să schițăm o imagine mult mai diferențiată despre ideile privind familia şi rolurile de gen din societate în rândul acestei populații.

Mai departe, nu putem efectua o analiză de gen complexă pentru că întrebările ce se referă în mod direct la gen interoghează în primul rând rolurile de gen din interiorul gospodăriei, al familiei, aşadar răspunsurile nu se referă la alte segmente sociale, la pozițiile de pe piața forței de muncă sau la asumarea rolurilor în viața politică. Majoritatea acestora din urmă pot fi abordate doar în mod indirect.

Chestionarul conține câteva întrebări pe marginea cărora am început analiza şi care creionează o imagine cât de cât conturată a problemei analizate:

• În viața dvs. cât de importante sunt următoarele: munca, familia, prietenii, timpul liber, religia, şcoala, politica, venitul, cultura? (Q25)

• Care este prioritatea dvs. în viitorul apropiat (în următorii 2-3 ani): să-mi îmbunătățesc calificarea profesională, să continui studiile, să-mi găsesc o slujbă (mai bună), să inițiez o afacere, să mă căsătoresc, să am un copil, să am propria locuință, să plec din țară, să mă distrez, să călătoresc? (Q18)

• Credeți că pentru a fi realizat/ă în viață este necesar ca o persoană să fie căsătorită, să aibă copii? (Q19)

Material cu drept de autor

• Cât de mulțumit/ă sunteți de (nivelul dvs. de educație, locul dvs. de muncă, veniturile pe care le obțineți, sănătatea dvs., condițiile în care locuiți, relațiile cu familia, modul în care vă petreceți timpul liber)? (Q3)

• În familie cine credeți că ar trebui să se ocupe de: asigurarea veniturilor, prepararea hranei, curățenie, cumpărăturile zilnice, reparații în locuință, gestionarea banilor, îngrijirea copiilor, creşterea/educația copiilor, luarea deciziilor mai importante? (Q20)

3. Cu sau fără familie?

La prima vedere, din răspunsurile la întrebarea Q18, referitoare la planurile de viitor, se observă că aparent intenția de căsătorie şi dispoziția de a avea copii nu sunt prioritare în rândul tinerilor din Transilvania.

Tabelul nr. 1. Dintre următoarele, ce ați dori să realizați în primul rând în viitorul apropiat?

	Tineri maghiari din Transilvania			**Tineri din România**		
	Total	Bărbați	Femei	Total	Bărbați	Femei
Găsirea unui loc de muncă (mai bun)	26,8%	26,9%	26,8%	22,8%	21,7%	23,8%
Continuarea studiilor	19,6%	17,5%	**22,0%**	13,9%	14,0%	13,8%
Avansare în profesie, calificare	15,4%	17,6%	13,0%	17,1%	16,6%	17,5%
Inițierea, dezvoltarea propriei întreprinderi	8,7%	11,3%	5,9%	9,4%	12,1%	6,7%
Cumpărarea, construirea unei locuințe	7,4%	6,3%	8,5%	12,1%	11,9%	12,4%
Copil	5,9%	4,2%	7,8%	2,9%	2,0%	3,9%
Căsătorie	5,6%	6,6%	4,5%	6,1%	8,9%	3,3%
Distracție, călătorie	5,4%	5,3%	5,5%	5,1%	4,0%	6,3%
Stabilirea în străinătate	1,3%	,8%	1,7%	3,6%	4,3%	2,9%
Altceva	1,1%	1,3%	,9%	3,6%	1,8%	5,5%
NR	2,8%	2,1%	3,5%	3,3%	2,8%	3,9%

Material cu drept de autor

Întemeierea unei familii nu figurează pe primul loc în planurile de viitor ale tinerilor maghiari din Transilvania. Mai degrabă sunt preocupați de căutarea unui loc de muncă, de calificare profesională, de inițierea unei afaceri, de cumpărarea unei locuințe. Doar 6,2% dintre ei doresc copii în viitorul apropiat şi 5,7 % doresc să se căsătorească. Din cercetarea ANSIT reiese că tinerii maghiari nu se deosebesc de cei români sub acest aspect. Toate acestea sunt bineînțeles legate pe de o parte de situația materială actuală a tinerilor din România, de oportunitățile economice oferite de România postsocialistă, iar pe de altă parte de statutul particular al generației tinere. Toate acestea arată o tendință similară cu ceea ce literatura de specialitate defineşte ca proces de trecere de la statutul de tânăr la cel de adult (vezi, de exemplu, Gábor 2004).

Cred că o altă întrebare esențială este cea cu numărul 19. Pentru majoritatea respondenților atât căsătoria (54,7%), cât şi copiii (58,7%) sunt importante pentru succesul, realizarea lor în viață.[1]

Tabelul nr. 2. Credeți că pentru a fi realizat/ă în viață este important ca o persoană:

		Tineri maghiari din Transilvania			Tineri din România		
		Total	Bărbaţi	Femei	Total	Bărbaţi	Femei
Să fie căsătorită?	Da	54,5%	55,3%	53,5%	58,2%	58,8%	57,6%
	Nu	43,8%	42,9%	44,8%	38,9%	37,7%	40,1%
	NŞ/NR	1,7%	1,8%	1,7%	2,9%	3,6%	2,2%
Să aibă copii?	Da	58,5%	58,4%	58,7%	58,2%	58,8%	57,6%
	Nu	39,7%	39,8%	39,6%	38,9%	37,7%	40,1%
	NŞ/NR	1,7%	1,8%	1,7%	2,9%	3,6%	2,2%

Aşadar, în timp ce la întrebarea Q18 căsătoria şi copiii se află undeva în fundal în privința proiectelor, a planurilor de viitor, la întrebarea Q19 există aproape un consens în privința percepției că ambele sunt foarte importante pentru ca un individ să se considere realizat . Același atașament față de valorile tradiționale reiese din întrebarea care cere respondentului ierarhizarea valorilor: atât femeile (67%), cât şi bărbații (56,3%) pun fără echivoc familia pe primul loc. Discrepanța dintre răspunsuri arată clar că există diferențe între opinii şi modul de viață efectiv.

1 Aş nota aici că întrebarea ne poate induce în eroare pentru că se referă la succes. Aş fi curioasă de distribuția răspunsurilor în cazul în care întrebarea s-ar referi la desfăşurarea normală a vieții şi nu la succes.

Material cu drept de autor

Situaţia schiţată mai sus poate fi interpretată ca aderarea tinerilor maghiari din Transilvania la normele tradiţionale din perioada socializării după ce şi-au atins ţelurile personale. Dar una dintre cauzele principale ale contradicţiilor observate la nivelul opiniilor declarate poate fi discursul centrat pe familie şi copii, un discurs extrem de puternic în politică, instituţii religioase şi opinie publică, un discurs care răzbate mai puternic în răspunsuri când întrebăm în general despre „persoane", şi mai puţin când întrebăm despre traiectoria de viaţă a individului.

Din ierarhizarea valorilor, respectiv din răspunsurile la întrebările privind importanţa căsătoriei şi a copiilor reiese că valorile tradiţionale au în continuare o importanţă decisivă. Însă se vede şi faptul că au apărut, se impun – dacă se poate spune – anumite norme noi, contrare celor tradiţionale. Tendinţa este semnalată şi de procentul semnificativ al celor care consideră „neimportante" căsătoria şi copii.

Observăm aceeaşi tendinţă şi în cazul vârstei la prima căsătorie. Opţiunile respondenţilor la întrebarea privind vârsta pentru căsătorie arată că pentru ei căsătoria nu începe în adolescenţă: ei cred că o femeia trebuie să aibă între 22-25 de ani când întemeiază o familie, iar bărbatul între 26 şi 29 de ani. Răspunsurile coincid în mare cu fenomenele demografice din România: vârsta medie la prima căsătorie este de 27,5 ani în cazul bărbaţilor şi de 24,1 ani în cel al femeilor (vezi EUROSTAT 2008). Aşadar – deşi valoarea rămâne mult sub nivelul mediilor înregistrate în cazul altor state din Europa – vârsta la prima căsătorie este tot mai mare şi în cazul tinerilor din România. [2]

Se poate observa, aşadar, că există o contradicţie bine conturată între „cum ar trebui" şi „cum mi-aş dori", respectiv că această generaţie poate fi văzută ca una care urmează normele în anumite privinţe, iar în altele este aşa-zis modernă.

Mergând mai departe, putem spune că există diferenţe în raport cu variabilele gen, grupă de vârstă, nivel de educaţie, ocupaţie şi regiune. Aceste diferenţe sunt pe alocuri impresionante, iar în alte cazuri sunt de nuanţă. Să urmărim deci nuanţele în care apar diferitele raportări la familie şi întemeierea unei familii ca păstrătoare principale ale valorilor tradiţionale.

2 Conform raportului Eurostat căsătoria are loc la o vârstă tot mai înaintată în ţările europene. Fenomenul este influenţat de doi factori: pe de o parte, există tendinţa de a prelungi tot mai mult perioada studiilor, care în mod ideal se termină odată cu găsirea unui loc de muncă şi asigurarea unui venit. Pe de altă parte, de îndată ce tinerii se angajează ei doresc să-şi consolideze cariera profesională şi astfel şi veniturile pe termen lung. Vârsta media la prima căsătorie în cazul bărbaţilor din UE este de 29,8 ani, iar a femeilor, de 27,4 ani.

Material cu drept de autor

4. Particularități ale vârstei?

Situația este diferită în raport cu grupele de vârstă. Cei mai tineri cred mai apăsat că nu este necesară ralierea la normele tradiționale: majoritatea (54%) celor cu vârsta cuprinsă între 18-24 de ani cred că pentru a fi realizat în viață nu este necesară căsătoria. Aceeași grupă de vârstă este neconvențională și în opiniile exprimate față de copii pentru că și în acest caz raportul răspunsurilor da-nu este de 47-50%.

Tabelul nr. 3. Credeți că pentru a fi realizat/ă în viață este important ca o persoană să se căsătorească?

		Tineri maghiari din Transilvania			Tineri din România		
		Total	Bărbați	Femei	Total	Bărbați	Femei
18–24 ani	Da	44,0%	42,6%	45,4%	50,4%	49,5%	51,5%
	Nu	54,0%	55,7%	52,3%	46,1%	46,6%	45,6%
	NȘ/NR	2,0%	1,7%	1,8%	3,5%	3,9%	3,0%
25–29 ani	Da	60,9%	63,6%	58,0%	58,9%	62,2%	55,7%
	Nu	37,3%	34,7%	40,1%	37,3%	33,6%	40,9%
	NȘ/NR	1,8%	1,7%	1,9%	3,7%	4,2%	3,4%
30–35 ani	Da	60,3%	62,0%	58,6%	65,9%	67,5%	64,4%
	Nu	38,2%	36,2%	40,4%	32,0%	29,3%	34,5%
	NȘ/NR	1,4%	1,9%	1,0%	2,2%	3,1%	1,1%

Tabelul nr. 4. Credeți că pentru a fi realizat/ă în viață este important ca o persoană să aibă copii?

		Tineri maghiari din Transilvania			Tineri din România		
		Total	Bărbați	Femei	Total	Bărbați	Femei
18–24 ani	Da	47.8%	50.5%	49.1%	49.5%	55.6%	52.3%
	Nu	50.0%	48.2%	49.1%	46.6%	41.4%	44.3%
	NȘ/NR	2.2%	1.4%	1.8%	3.9%	3.0%	3.4%
25–29 ani	Da	65.5%	63.0%	64.3%	65.5%	58.0%	61.6%
	Nu	32.8%	34.6%	33.6%	31.0%	38.7%	34.9%
	NȘ/NR	1.7%	2.5%	1.8%	3.5%	3.3%	3.4%

Material cu drept de autor

30–35 ani	Da	63.7%	63.9%	63.8%	68.4%	69.9%	69.2%
	Nu	34.4%	34.7%	34.5%	29.1%	28.9%	29.0%
	NŞ/NR	1.9%	1.5%	1.7%	2.5%	1.2%	1.8%

În cazul eşantionului național – în comparație cu ancheta sociologică pe eşantionul tinerilor maghiari din Transilvania – se desprinde o imagine puțin diferită. În acest caz, odată cu creşterea vârstei creşte treptat proporția celor pentru care căsătoria şi copii sunt importante. Pentru ambele populații se poate spune că vârsta este o variabilă explicativă mai importantă decât genul. Printre tineri sunt mai puțini care consideră importantă întemeierea unei familii, în timp ce diferența dintre bărbați şi femei nu este evidentă.

Răspunsurile la întrebarea „credeți că pentru a fi realizată în viață este necesar ca o persoană să fie căsătorită, să aibă copii" se diferențiază şi în raport cu ocupația. Observăm că în cazul elevilor şi studenților diferența este spectaculoasă. În cazul lor modelele aşa-zise tradiționale nu sunt importante: 43% crede că a avea copii este important în timp ce 53, 81% crede că nu este important. Căsătoria este un model de urmat doar pentru 39,8% pe când pentru 56,6% nu este. În populația tinerilor români nu există asemenea diferențe. Pentru elevii şi studenții români, la fel ca pentru persoanele cu alte ocupații, ambele sunt importante. În cazul căsătoriei valorile sunt foarte apropiate în eşantionul național, dar balanța se înclină totuşi în favoarea răspunsului „important" (49,4, respectiv 46,4%).

5. Studenți, absolvenți de studii superioare şi modelul tradițional

În România postsocialistă rata fertilității este în scădere, ceea ce se datorează pe de o parte faptului că tinerii doresc mai puțini copii şi pe de altă parte amânării vârstei pentru întregirea familiei cu copii. În acest sens merită evidențiat faptul că disponibilitatea de a avea copii este mai mare la tinerii maghiari decât media la nivel național. În ansamblu, 16,5% dintre tinerii maghiari doresc trei sau mai mulți copii în timp ce la nivel național această proporție este de 8,2%. Diferențele în raport cu genul nu sunt definitorii în nici unul dintre eşantioane.

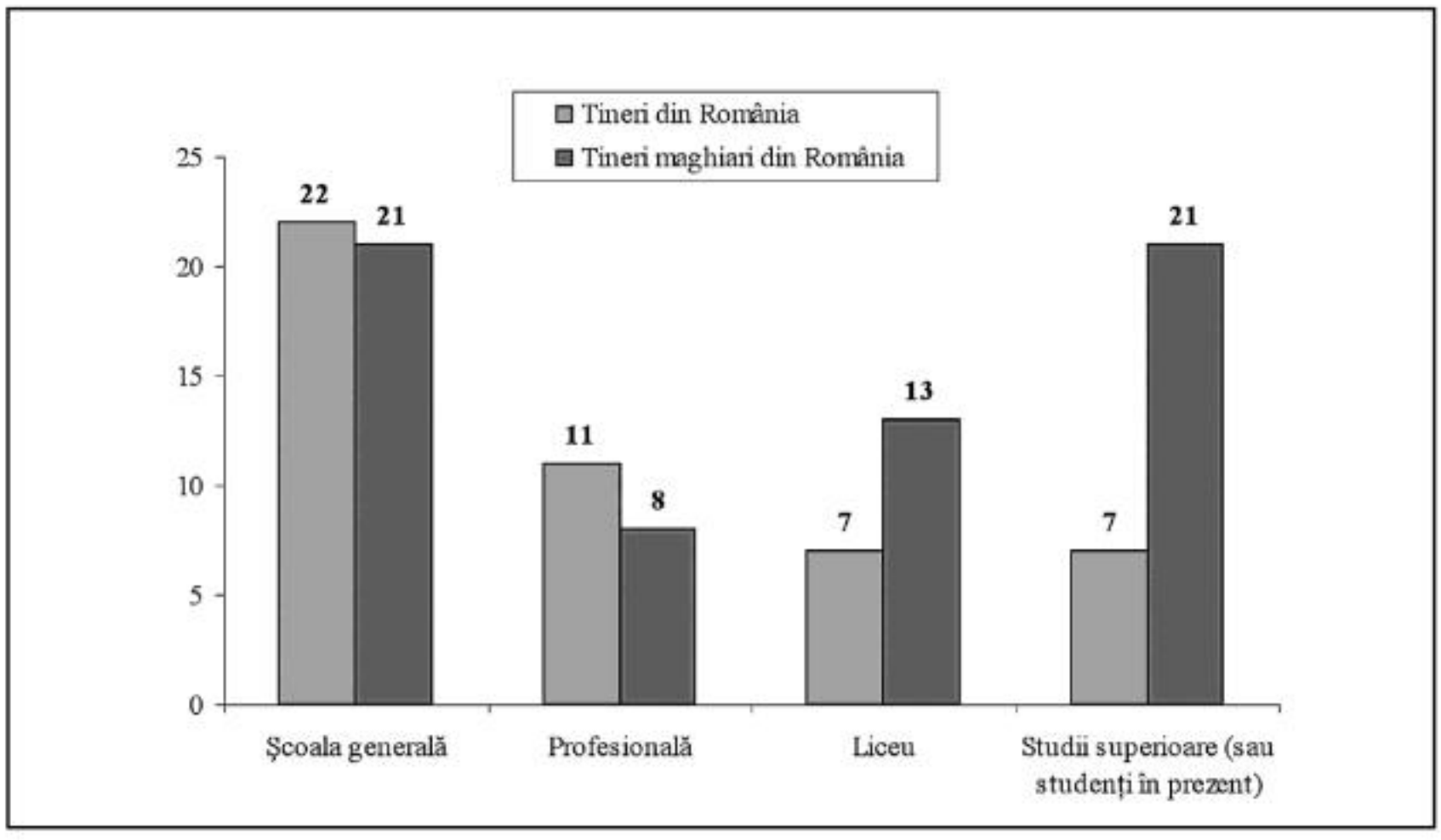
Material cu drept de autor

Tabelul nr. 5. Câți copii ați dori să aveți, împreună cu cei pe care îi aveți deja?

	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri din România		
	Total	Bărbaţi	Femei	Total	Bărbaţi	Femei
Nu doresc copii	3.1%	1.8%	4.5%	2.6%	3.4%	1.8%
Un copil	16.1%	15.5%	16.7%	23.0%	20.3%	25.9%
Doi copii	58.6%	59.6%	57.6%	58.2%	58.8%	57.6%
Trei sau mai mulţi	16.5%	16.0%	17.1%	8.2%	7.7%	8.8%
NŞ, NR	5.7%	7.1%	4.1%	7.9%	9.9%	5.9%

Calculele noastre arată că diferențele dintre media națională şi cea a populației maghiare se datorează mai ales răspunsurilor date de absolvenții de studii superioare (respectiv de studenți). Dacă dintre studenții şi absolvenții de studii superioare din eşantionul național doar 7% şi-ar dori trei sau mai mulți copii, în rândul maghiarilor procentul este de trei ori mai mare (21%).

Figura 1. Procentul celor care doresc trei sau mai mulți copii în funcție de nivelul de educație



Material cu drept de autor

Ne putem întreba dacă studenții și licențiații constituie stratul în cazul căruia funcționează retradiționalizarea (sau mai degrabă la ei în comparație cu tendințele la nivel național). Este o întrebare care-și găsește răspunsul doar dacă privim dincolo de atitudinile față de familie și copii, și anume dacă analizăm opiniile acestor persoane față de alte probleme legate de gen și de rolurile de gen.

După cum am menționat mai sus, chestionarul a cuprins și întrebări referitoare la distribuirea sarcinilor între parteneri sau soți (venitul, gătitul, curățenia, cumpărăturile sau supravegherea copiilor).

Tabelul nr. 6. Ce credeți, care dintre următoarele cad în sarcina femeii și care în cea a bărbatului?

		Tineri maghiari din Transilvania				Tineri din România			
		Este sarcina bărbatului	Este sarcina femeii	Este sarcina amândurora	NŞ/NR	Este sarcina bărbatului	Este sarcina femeii	Este sarcina amândurora	NŞ/NR
Asigurarea venitului	Bărbat	21,4%	0,5%	77,9%	0,2%	27,0%	1,0%	71,0%	1,0%
	Femeie	14,3%	0,5%	84,7%	0,5%	16,7%	1,0%	82,3%	0,0%
	Total	**17,9%**	**0,5%**	**81,2%**	**0,3%**	21,9%	1,0%	76,6%	0,5%
Pregătirea hranei	Bărbat	0,2%	65,5%	34,1%	0,2%	0,6%	52,8%	45,5%	1,2%
	Femeie	0,5%	67,5%	31,8%	0,2%	0,8%	40,5%	58,7%	0,0%
	Total	**0,3%**	**66,5%**	**33,0%**	**0,2%**	**0,7%**	**46,7%**	**52,0%**	**0,6%**
Curățenia	Bărbat	0,8%	59,1%	40,0%	0,2%	1,0%	50,7%	47,1%	1,2%
	Femeie	0,3%	60,7%	38,8%	0,2%	0,8%	42,4%	56,6%	0,2%
	Total	**0,6%**	**59,8%**	**39,4%**	**0,2%**	**0,9%**	**46,6%**	**51,8%**	**0,7%**
Cumpărăturile	Bărbat	4,7%	31,3%	63,7%	0,3%	8,5%	27,5%	62,8%	1,2%
	Femeie	2,8%	32,9%	64,2%	0,2%	8,1%	20,0%	71,5%	0,4%
	Total	**3,8%**	**32,1%**	**63,9%**	**0,2%**	**8,3%**	**23,8%**	**67,1%**	**0,8%**
Reparațiile	Bărbat	74,1%	2,3%	23,3%	0,3%	70,4%	0,4%	27,6%	1,6%
	Femeie	71,1%	1,9%	26,9%	0,2%	65,2%	1,0%	33,0%	0,8%
	Total	**72,6%**	**2,1%**	**25,0%**	**0,3%**	**67,8%**	**0,7%**	**30,3%**	**1,2%**
Gestionarea bugetului	Bărbat	8,1%	13,1%	78,4%	0,3%	16,0%	7,1%	75,4%	1,4%
	Femeie	4,1%	18,7%	76,3%	0,9%	5,7%	14,9%	79,2%	0,2%
	Total	**6,2%**	**15,8%**	**77,4%**	**0,6%**	**10,9%**	**10,9%**	**77,3%**	**0,8%**
Supravegherea copiilor	Bărbat	0,3%	21,6%	77,6%	0,5%	0,8%	29,6%	68,4%	1,2%
	Femeie	0,2%	22,2%	77,5%	0,2%	0,4%	19,7%	79,9%	0,0%
	Total	**0,3%**	**21,9%**	**77,6%**	**0,3%**	**0,6%**	**24,7%**	**74,1%**	**0,6%**

Material cu drept de autor

Creşterea, educarea copiilor	Bărbat	0,3%	15,5%	84,0%	0,2%	1,0%	14,4%	83,4%	1,2%
	Femeie	0,2%	17,4%	82,3%	0,2%	0,6%	10,6%	88,6%	0,2%
	Total	**0,3%**	**16,4%**	**83,2%**	**0,2%**	**0,8%**	**12,5%**	**86,0%**	**0,7%**
Luarea deciziilor mai importante	Bărbat	7,0%	1,1%	91,7%	0,2%	7,9%	0,6%	88,4%	3,1%
	Femeie	3,8%	1,0%	95,0%	0,2%	3,1%	0,6%	95,5%	0,8%
	Total	**5,4%**	**1,1%**	**93,3%**	**0,2%**	**5,5%**	**0,6%**	**91,9%**	**2,0%**

Observăm că tinerii maghiari sunt mai ataşaţi de rolurile tradiţionale ale femeii decât colegii de generaţie români. Dovadă că 66,5% dintre ei cred că prepararea hranei, gătitul este treaba femeii şi 59% consideră curăţenia ca sarcină a femeii. Aceste proporţii la tinerii din România sunt de 46,7%, respectiv 46,6%. O altă diferenţă interesantă: în cazul maghiarilor răspunsurile femeilor şi ale bărbaţilor sunt similare, în timp ce în rândul tinerilor români femeile aprobă într-o proporţie mai scăzută decât bărbaţii rolurile tradiţionale. Diferenţa sugerează că dezvoltarea rolurilor de gen în cadrul familiei este mai tensionată la tinerii români.

Deoarece am observat la numărul de copii doriţi o diferenţă importantă între români şi maghiari la subgrupul celor cu studii superioare, ne putem întreba dacă situaţia este similară şi în cazul rolurilor de gen. Următorul tabel arată distribuţia tradiţională a rolurilor de gen în funcţie de nivelul de educaţie.

Tabelul nr. 7. Ce credeţi, care dintre următoarele cad în sarcina femeii şi care în cea a bărbatului? (Raportat la nivelul de educaţie)

	Nivel de educaţie	Tineri maghiari din Transilvania				Tineri din România			
		Este sarcina bărbatului	Este sarcina femeii	Este sarcina amândurora	NŞ/NR	Este sarcina bărbatului	Este sarcina femeii	Este sarcina amândurora	NŞ/NR
Asigurarea venitului	Generală	37,6%	1,3%	61,1%	0,0%	41,4%	0,0%	58,6%	0,0%
	Profesională	20,7%	0,0%	78,9%	0,4%	33,5%	1,0%	64,9%	0,5%
	Liceu	15,6%	0,6%	83,8%	0,0%	17,5%	1,5%	80,3%	0,7%
	Superioară	9,4%	0,0%	89,5%	1,1%	12,2%	0,7%	86,7%	0,4%
	Total	**18,1%**	**0,4%**	**81,2%**	**0,3%**	**21,8%**	**1,0%**	**76,7%**	**0,5%**

Material cu drept de autor

Prepararea hranei	Generală	0,0%	81,6%	18,4%	0,0%	0,0%	65,2%	34,8%	0,0%
	Profesională	0,0%	71,7%	27,8%	0,4%	1,5%	64,4%	33,0%	1,0%
	Liceu	0,6%	65,8%	33,7%	0,0%	0,7%	46,2%	52,3%	0,7%
	Superioară	0,0%	55,0%	44,6%	0,4%	0,7%	26,7%	72,2%	0,4%
	Total	**0,3%**	**66,6%**	**33,0%**	**0,2%**	**0,8%**	**46,5%**	**52,1%**	**0,6%**
Curăţenia	Generală	0,6%	80,4%	19,0%	0,0%	0,0%	72,1%	27,9%	0,0%
	Profesională	0,0%	66,7%	32,9%	0,4%	0,0%	64,1%	33,8%	2,1%
	Liceu	0,9%	57,5%	41,6%	0,0%	0,2%	44,7%	54,4%	0,7%
	Superioară	0,4%	46,6%	52,7%	0,4%	2,5%	27,1%	70,0%	0,4%
	Total	**0,6%**	**59,8%**	**39,4%**	**0,2%**	**0,8%**	**46,6%**	**51,8%**	**0,8%**
Supravegherea copiilor	Generală	0,0%	43,7%	56,3%	0,0%	0,0%	48,6%	51,4%	0,0%
	Profesională	0,4%	29,1%	70,0%	0,4%	2,1%	37,4%	59,5%	1,0%
	Liceu	0,4%	17,8%	81,8%	0,0%	0,2%	21,8%	77,2%	0,7%
	Superioară	0,0%	11,2%	87,8%	1,1%	0,4%	10,1%	89,2%	0,4%
	Total	**0,3%**	**21,9%**	**77,5%**	**0,3%**	**0,6%**	**24,6%**	**74,2%**	**0,6%**

În funcţie de nivelul de educaţie al respondentului, observăm că pentru fiecare grup, chiar şi pentru absolvenţii de studii superioare, una dintre muncile tipic feminine este tratată ca atare, adică se consideră că efectuarea ei este mai degrabă sarcina femeii (deşi 52% dintre absolvenţii de sex masculin cred că este mai degrabă sarcina amândurora, raportul se inversează în cazul femeilor, respectiv doar 44% dintre absolvenţii de sex feminin văd bărbatul în apropierea vetrei). Cele mai multe grupuri cred despre curăţenie că e treaba femeii în primul rând, apoi a amândurora. Doar în cazul absolvenţilor de studii superioare observăm o diferenţă sub acest aspect. Puţin mai mult de jumătate dintre bărbaţi (55%) şi aproape jumătate dintre femei cred că este sarcina ambilor, şi a femeii şi a bărbatului. În cazul acestor munci se vede clar că este vorba despre cunoştinţe acumulate în procesul de socializare a copiilor maghiari din Transilvania, proces în care muncile respective sunt cu preponderenţă efectuate de fete, de aceea răspunsurile reproduc această structură. Cu alte cuvinte, în timp ce fetele sunt învăţate acasă cum să gătească şi să facă curat, băieţii nu sunt învăţaţi, mai mult, nici nu se aşteaptă de la ei să aibă aptitudini în această privinţă.

Tiparul seamănă doar parţial cu ceea ce am putea pronostica pe baza atitudinii faţă de numărul de copii doriţi. Ataşamentul faţă de rolurile feminine tradiţionale este pronunţat în cazul maghiarilor indiferent de

Material cu drept de autor

nivelul de educație. Totodată, diferențele cele mai mari se înregistrează și în acest caz în rândul celor cu studii superioare.

Pe de altă parte, dacă analizăm poziția persoanelor din acest strat social față de rolurile de gen tradiționale, observăm că exact în cazul lor există o deplasare mai pronunțată către așa-numitele roluri mai moderne. Deși tineretul maghiar, și la rândul lor și intelectualii, se așteaptă ca toate femeile care muncesc să se conformeze sarcinilor impuse de rolul tradițional de casnică (în primul rând este vorba despre gătit și curățenie) – așadar atât femeile cât și bărbații sunt de acord cu norma care spune că femeile trebuie să efectueze muncile femeiești –, majoritatea cred despre cele mai multe munci domestice că sunt sarcina ambilor, iar dacă li se atribuie o calitate specifică de gen, observăm că și în acest caz există diferențe semnificative față de grupuri care au alte ocupații. Așadar, dorința de a avea mulți copii nu înseamnă readaptarea în întregime a valorilor tradiționale, ci mai degrabă este vorba despre faptul că acest grup este mai receptiv la ideologiile pronataliste venite din Ungaria, dar asumate și la noi, ideologii care vorbesc de creșterea urgentă a maghiarimii și descriu patologia descreșterii populației.

6. Diferențele sociale și de gen în petrecerea timpului liber

Una dintre manifestările marcante ale inegalității sociale dintre femei și bărbați poate fi surprinsă în bugetul de timp, în raportul dintre timpul muncii și timpul liber.

Tabelul nr. 8. Cât de des...

		Zilnic	De 2-3 ori pe săptămână	De 2-3 ori pe lună	De 2-3 ori într-un an	Deloc
faceți sport?	Bărbat	13,8%	26,2%	20,8%	12,0%	27,2%
	Femeie	9,5%	20,1%	17,4%	11,6%	41,3%
	Total	**11,7%**	**23,3%**	**19,1%**	**11,8%**	**34,1%**

Material cu drept de autor

vă uitaţi la TV?	Bărbat	70,4%	17,0%	7,3%	1,5%	3,9%
	Femeie	73,1%	18,6%	4,5%	1,0%	2,8%
	Total	**71,7%**	**17,8%**	**5,9%**	**1,3%**	**3,3%**
ascultaţi radio?	Bărbat	44,1%	22,4%	9,2%	6,0%	18,3%
	Femeie	39,1%	24,2%	13,3%	5,6%	17,7%
	Total	**41,6%**	**23,3%**	**11,2%**	**5,8%**	**18,0%**
citiţi beletristică?	Bărbat	2,8%	7,4%	14,4%	29,8%	45,6%
	Femeie	6,6%	17,0%	23,6%	26,3%	26,5%
	Total	**4,6%**	**12,0%**	**18,9%**	**28,1%**	**36,3%**
citiţi ziare, jurnale?	Bărbat	27,6%	28,2%	15,8%	11,5%	16,9%
	Femeie	24,6%	34,4%	15,9%	10,4%	14,7%
	Total	**26,1%**	**31,3%**	**15,8%**	**11,0%**	**15,8%**
mergeţi la cinema?	Bărbat	0,2%	0,7%	7,3%	36,7%	55,2%
	Femeie	0,2%	2,4%	5,1%	34,3%	58,0%
	Total	**0,2%**	**1,5%**	**6,2%**	**35,5%**	**56,6%**
mergeţi la teatru, la concert?	Bărbat	0,2%	0,7%	6,9%	35,7%	56,6%
	Femeie	0%	0,9%	10,0%	42,6%	46,6%
	Total	**0,1%**	**0,8%**	**8,4%**	**39,1%**	**51,7%**
mergeţi la concert de muzică uşoară?	Bărbat	0%	1,0%	15,4%	50,1%	33,6%
	Femeie	,2%	1,4%	8,1%	56,3%	34,1%
	Total	**0,1%**	**1,2%**	**11,8%**	**53,1%**	**33,8%**
frecventaţi cluburi, discoteci?	Bărbat	0,3%	11,9%	28,1%	23,6%	36,1%
	Femeie		4,9%	18,4%	23,7%	53,0%
	Total	**0,2%**	**8,5%**	**23,4%**	**23,6%**	**44,4%**
mergeţi la cafenea, bar, terasă?	Bărbat	6,0%	32,4%	32,0%	16,0%	13,6%
	Femeie	1,5%	20,1%	31,4%	22,5%	24,4%
	Total	3,9%	26,4%	31,7%	19,2%	18,8%
mergeţi în excursie?	Bărbat	0,3%	3,6%	29,9%	57,9%	8,3%
	Femeie	0,2%	5,9%	30,8%	55,6%	7,6%
	Total	**0,3%**	**4,7%**	**30,4%**	**56,8%**	**7,9%**
petreceţi timpul cu prietenii?	Bărbat	18,4%	46,7%	24,1%	7,3%	3,4%
	Femeie	10,9%	38,6%	31,7%	12,4%	6,4%
	Total	**14,7%**	**42,8%**	**27,8%**	**9,8%**	**4,9%**

Material cu drept de autor

Comparativ cu femeile, un procent mult mai mare de bărbați fac sport, citesc ziarul sau frecventează cluburi, discoteci, cafenele, terase și petrec mai mult timp cu prietenii (18% dintre bărbați își petrec zilnic timpul liber cu prietenii, pe când doar 11% dintre femei fac același lucru, 6,3% dintre femei nu se întâlnesc deloc cu prieteni, în timp ce la bărbați doar 3,4% spun acest lucru). Femeile își petrec timpul liber mai degrabă acasă, se uită la televizor, citesc. Din păcate, întrebările nu se referă la durata timpului liber, de aceea nu putem efectua comparații în acest sens. Totuși, din răspunsurile legate de petrecerea timpului liber reiese că bărbații sunt mai mobili, ei își păstrează, mențin contactele, ei domină sfera publică, pe când femeile petrec timpul lor liber în sfera privată.

7. Venituri, situația pe piața forței de muncă

Deși chestionarul nu conține întrebări referitoare la veniturile individului, doar la aprecierea condițiilor de trai, totuși putem desprinde câteva concluzii privind atitudinea respondenților față de locul de muncă și venit.

Mai mulți bărbați sunt mulțumiți de venitul lor decât femei (60,7% dintre cei „mulțumiți" sunt bărbați), ceea ce indică oarecum diferențele dintre veniturile bărbaților și ale femeilor, adică sugerează existența *pay gap*.

Tabelul nr. 9. Sunteți mulțumit cu venitul dvs.?

	Mai degrabă mulțumit	Nici mulțumit, nici nemulțumit	Mai degrabă nemulțumit
Bărbat	37,2%	34,6%	28,2%
Femeie	32,6%	27,0%	40,4%
Total	35,2%	31,4%	33,4%

Totodată, în interiorul grupului de bărbați procentul celor mulțumiți de veniturile lor este semnificativ mai mare. Majoritatea femeilor angajate sunt nemulțumite de veniturile lor.

Material cu drept de autor

8. Rezumat

Vedem că există o oarecare discrepanță între tendințele curente şi expresia lor reală. Odată cu intrarea în UE, ratificarea legislației internaționale şi acceptarea principiilor existente România urmează normele Europene. Anual se elaborează rapoarte cerute de organizațiile internaționale despre inegalitățile dintre bărbați şi femei. Însă dacă privim *cifrele*, observăm că în majoritatea statelor europene schimbările arată într-o direcție certă, spre *modernizare*. Aceste norme, tendințe noi – puternic mediatizate, de altfel – sunt o oglindă pentru cetățenii români şi pentru tinerii din țară. De aceea nu ştim cât de puternic influențează acestea doar opiniile, şi în ce măsură putem vorbi despre tendințe de modernizare reale.

Totuşi, pe baza anchetei sociologice putem afirma că tradițiile nu dispar, însă procesul nu poate fi numit retradiționalizare. M-aş referi aici la coexistența re- şi detradiționalizării menționată de Heelas (1996). Tradițiile, practici cotidiene repetitive şi ritualizate, sunt integrate în activitățile zilnice şi în rolurile sociale; astfel, procesele de re- şi detradiționalizare sunt de fapt reflexive. De exemplu, în timp ce discursul convențional al căsătoriei a pierdut din hegemonia deținută înainte, după cum am observat din analiza mai nuanțată a segmentelor de populație, perspectivele referitoare la dorința de a avea copii nu se „modernizează".

Liberalizarea opiniilor nu a avut aceeaşi intensitate în toate grupurile sociale. Diferențele cele mai notabile față de tendințele generale pot fi observate în rândul celor mai tineri, absolvenți de studii superioare. Aici apare în cea mai mică măsură acceptarea muncii domestice ca muncă feminină. Totodată, în mod curios, ei sunt cei care revitalizează modelul familiei cu mai mulți copii. Pe de altă parte, se pare că apare o generație de tineri bărbați care ar (re)pune femeia la locul ei lângă vatră (după grupa de vârstă de 30-35 de ani, bărbații între 18-24 de ani sunt cei care par a fi adepții ideilor patriarhale).

Însă persistă întrebarea dacă tradiționalismul existent se datorează sau nu reacției la ideologia socialistă, respectiv transformărilor postsocialiste de pe piața forței de muncă şi dacă tradiționalismul va slăbi cu timpul, după cum prevăd optimist experții din Ungaria.

Cred că ancheta sociologică de față este importantă pentru că abordează puțin diferit problemele de altfel ridicate la rang de politică cotidiană. Observăm că există într-adevăr diferențe între atitudini, roluri de gen

Material cu drept de autor

şi idei legate de familie, iar acestea nu indică în mod necesar un proces unidirecţional (adică un proces pe direcţia tradiţional-modern). Rezultatele arată concomitent imaginea unei societăţi premoderne, tradiţionale şi patriarhale, precum şi a uneia care se integrează în rândul societăţilor europene.

Bibliografie

Barometrul de gen
2000 Gallup – Fundaţia pentru o societate deschisă
BLASKÓ Zsuzsa
2005 Dolgozzanak-e a nők? A magyar lakosság nemi szerepekkel kapcsolatos véleményének változásai, 1988, 1994, 2002. *Demográfia.* (2–3) 259–287.
EUROSTAT 2008
The life of wemen and men in Europe. A statistical portrait.
GÁBOR Kálmán
2004 Globalizáció és ifjúsági korszakváltás. In: GÁBOR Kálmán – JANCSÁK Csaba (coord.): *Ifjúsági korszakváltás – Ifjúság az új évezredben.* Belvedere–Meridionale, Szeged, 28–73.
HEELAS, Paul
1996 Detraditionalization and its Rivals. In: HEELAS, Paul – LASH, Scott – MORRIS, Paul (ed.): *Detraditionalization.* Blackwell Publishers.
POPESCU, Livia – ROTH Mária
2002 Variabila gen în analiza dezvoltării umane în România. In: COSMA, Ghizela – MAGYARI-VINCZE Enikő – PECICAN, Ovidiu (coord.) *Prezenţe feminine.* Editura Fundaţiei Desire, Cluj-Napoca, 453–476.
GAL, Susan – KLIGMAN, Gail
2000 *The Politics of Gender after Socialism: A Comparative-Historical Essay.* Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
VERDERY, Katherine
1996 *What Was Socialism, and What Comes Next?* Princeton University Press, Princeton.

Material cu drept de autor

Sorin MITULESCU

Tinerii şi familia

Familia poate fi considerată un „barometru" al schimbării sociale, chiar dacă acest barometru reacţionează cu o anumită întârziere la tendinţele economice şi sociale. Cercetările asupra familiei în societatea românească par să indice anumite schimbări – în ciuda faptului că familia are o relativă independenţă faţă de contextul social-economic (Ghebrea 2000).

Comparaţiile la nivel european (având ca sursă de date eurobarometrele) dovedesc importanţa de prim ordin a tradiţiilor culturale, adesea mai importante decât factorii economici în trasarea modelelor familiale (Popescu 2002).

Comparaţia între caracteristicile familiale din cele două grupuri etnice (români, maghiari) poate să arate cât de expuse sunt aceste grupuri la presiunile social-economice şi cât de selectiv reacţionează în raport cu schimbarea socială. Sondajele efectuate pe eşantioane naţionale de tineri în 2008 au cuprins şi indicatori referitori la anumite aspecte ale vieţii de familie:

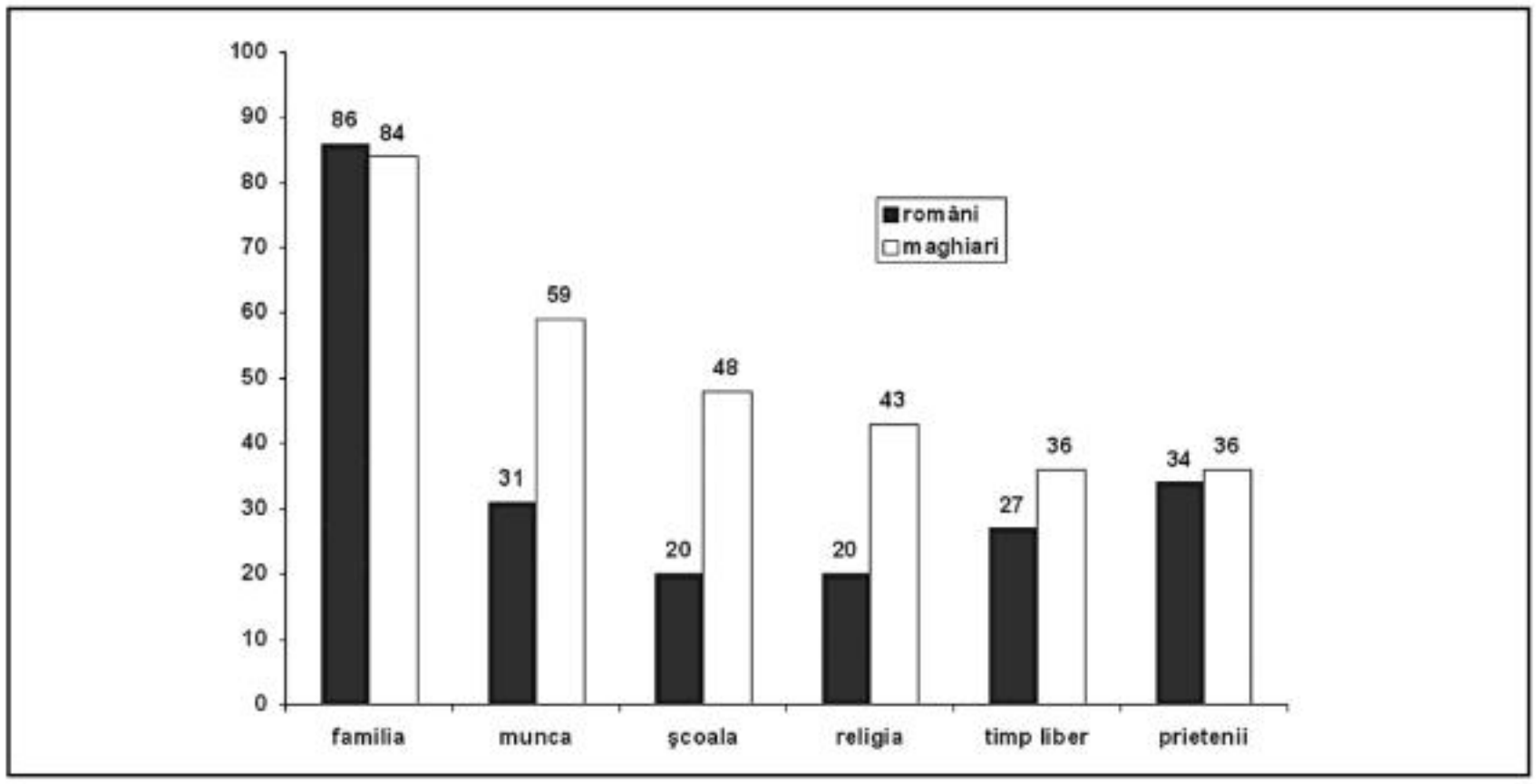
1. Importanţa acordată familiei în ansamblul orientărilor valorice ale tinerilor.
2. Intenţii de viitor manifestate de tineri privind întemeierea unei familii.
3. Conturarea rolurilor de gen în interiorul familiei.

1. Importanţa acordată familiei

Familia se află în topul valorilor tinerilor din ambele etnii. O proporţie covârşitoare (86% dintre români şi 84% dintre maghiari) consideră că familia este un aspect de viaţă foarte important. Acest aspect depăşeşte semnificativ prin importanţa care i se acordă alte aspecte : munca, şcoala, religia, prietenii, timpul liber.

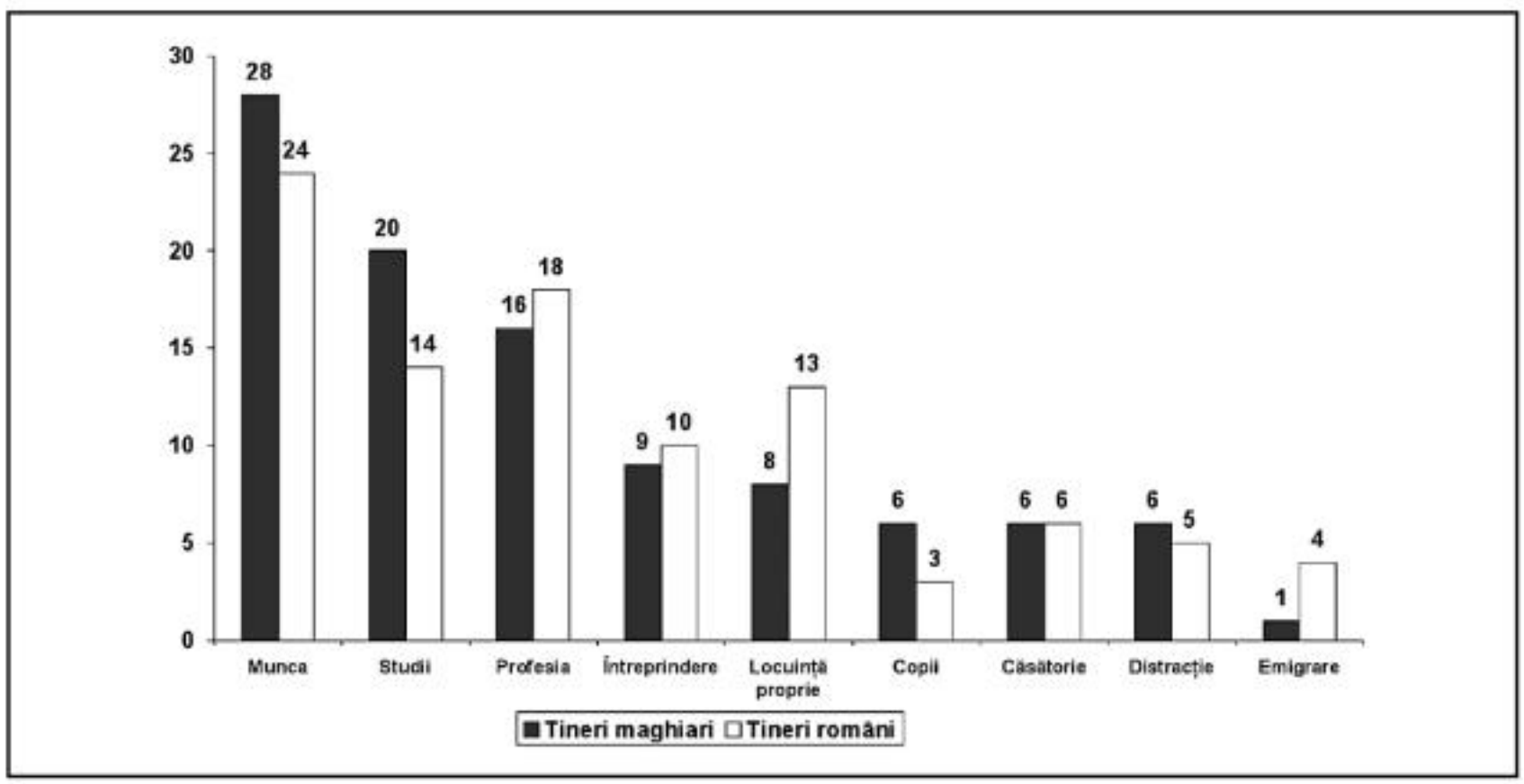
Material cu drept de autor

Figura 1. Ponderea celor care consideră că anumite aspecte din viața lor sunt foarte importante



Şi totuşi, atunci când este vorba despre planuri de viitor, dorința de a avea un copil sau căsătoria se găsesc – la ambele etnii – mult în urma preocupărilor pentru slujbă sau pentru continuarea studiilor.

Figura 2. Ce anume doriți să realizați în primul rând în viitorul apropiat? (alegeți o singură variantă)



Material cu drept de autor

Căsătoria şi copii sunt prioritare pentru 6% dintre tinerii maghiari; căsătoria este prioritară pentru 3% dintre tinerii români, iar copii pentru 6%. Procentele nu sunt foarte ridicate nici pentru grupele de vârstă cele mai vizate, 25-29 şi 20-35 de ani. În schimb, prioritatea obținerii unei locuințe proprii este mult mai accentuată la tinerii români (14 şi chiar 16%). La o primă apreciere am pus aceste diferențe pe seama condițiilor de locuire ale tinerilor români: 63% dintre cei căsătoriți locuiesc cu mai mult de trei persoane în aceeaşi casă (deci probabil nu au propria lor locuință) şi numai 2,8% dintre tinerii necăsătoriți locuiesc singuri.

Tabelul nr. 1. Ce anume doriți să realizați în primul rând în viitorul apropiat? (alegeți o singură variantă) – priorități referitoare la întemeierea unei familii

Grupa de vârstă	Naționalitatea	Priorități		
		Să mă căsătoresc	Să am un copil	Să am propria locuință
25-29	maghiari	10	6	9
	români	7	3	16
30-35	maghiari	4	10	11
	români	4	6	9

Şi totuşi, atunci când am solicitat exprimarea gradului de mulțumire față de condițiile în care locuiesc, tinerii români au apărut mai mulțumiți decât omologii lor maghiari (20% din eşantionul român sunt nemulțumiți, față de 42% din eşantionul maghiar).

Tabelul nr. 2. Cât de mulțumiți sunteți cu condițiile în care locuiți?

Gradul de mulțumire în raport cu locuința	Români	Maghiari
Mulțumiți	60	38
Nici mulțumiți, nici nemulțumiți	20	20
Nemulțumiți	20	42

Material cu drept de autor

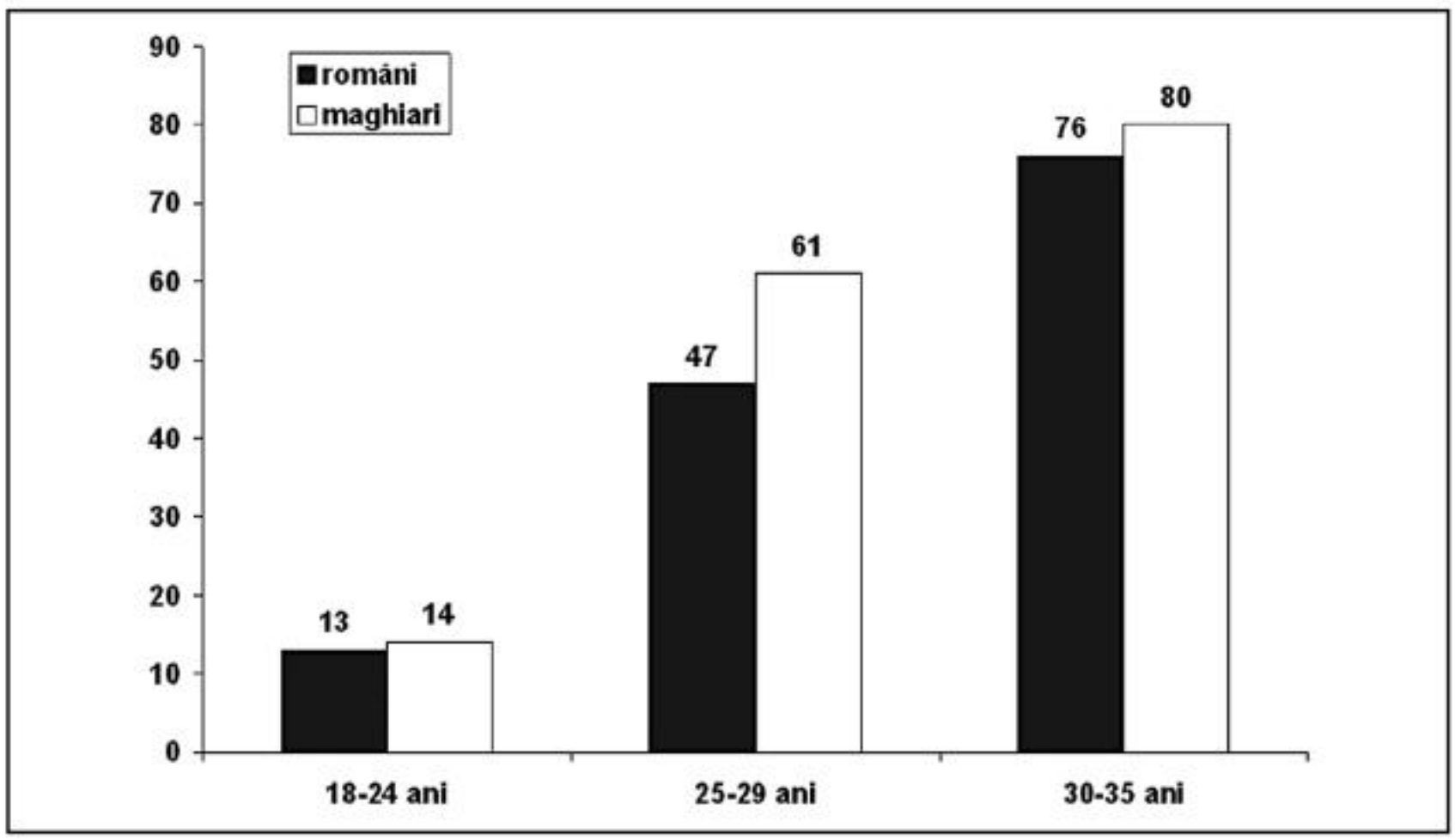
Explicația acestei situații paradoxale constă probabil în faptul că atunci când au declarat că sunt mulțumiți (sau nu) de locuința în care stau, tinerii s-au gândit mai degrabă la confortul, modernitatea și alte caracteristici funcționale ale locuinței și nu în primul rând la spațiul disponibil pentru ei și partenerul lor. Diferența dintre maghiari și români se explică probabil nu atât prin diferențele de confort sau de spațiu ale locuințelor, cât mai ales prin nivelul de așteptare specific pentru fiecare grup cultural privind confortul locuinței.

Pe ansamblul grupelor de vârstă, a încheia o căsătorie sau a avea un copil este o prioritate mai degrabă pentru maghiari decât pentru români, în timp ce prioritatea pentru a avea o locuință este mai mare la români, chiar și la vârstele mai mici.

2. Dinamica familiei

Pentru tinerii maghiari condițiile pentru întemeierea unei familii reprezintă în mai mică măsură o problemă (65%, față de 70% în rândul tinerilor români). În consecință, mai mulți tineri maghiari decât români sunt căsătoriți:

Figura 3. Proporția căsătoriților, pe grupe de vârstă

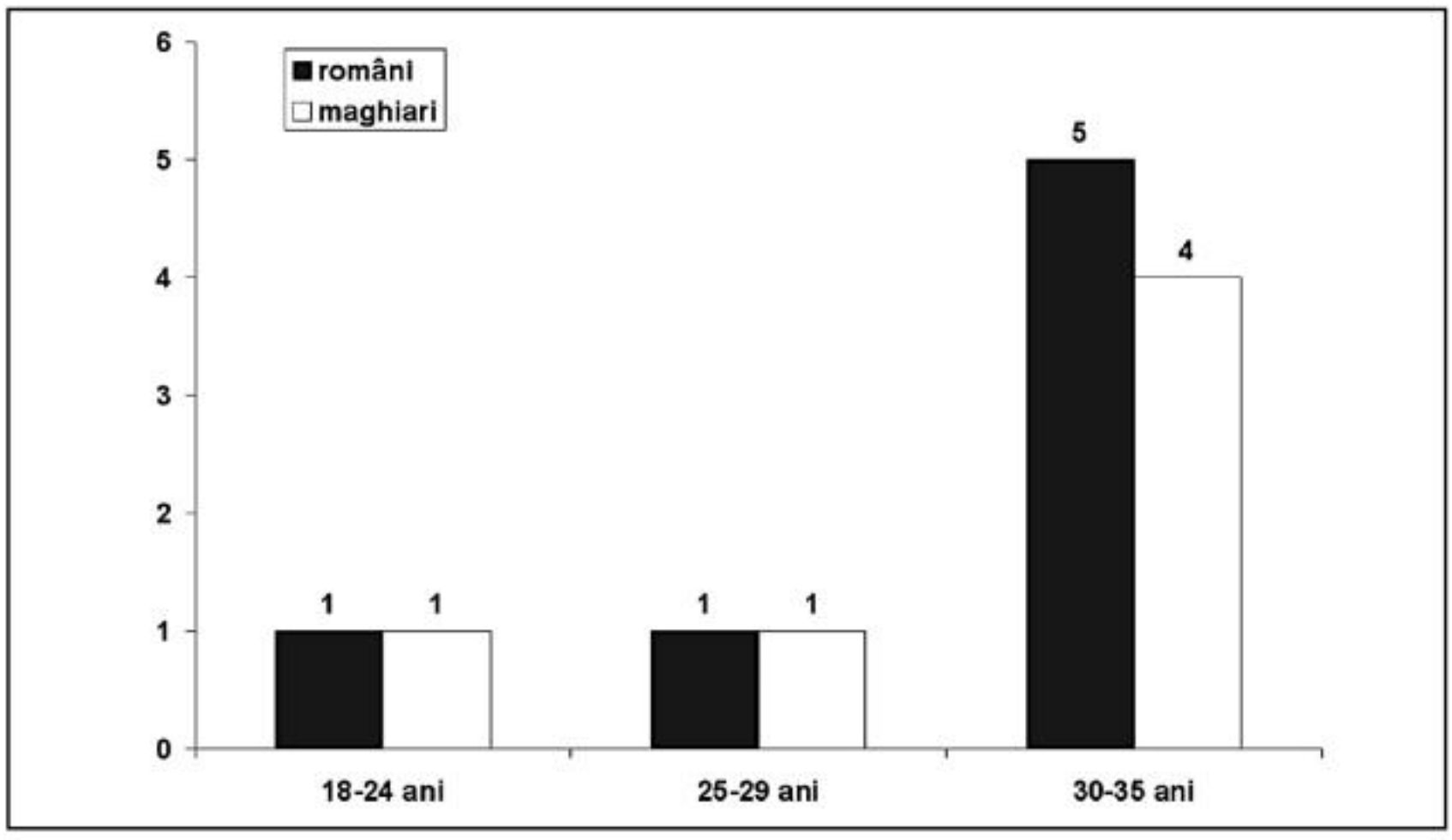


Material cu drept de autor

Compararea vârstelor celor căsătoriți, respectiv necăsătoriți ne arată o diferență mai mare pe intervalul de vârstă 25-29 de ani în favoarea tinerilor maghiari, în timp ce la vârstele mai mici și la cele mai mari față de acest interval proporția este aproximativ identică. Tinerii maghiari au tendința de a accelera rata de căsătorie pe intervalul 25-29 de ani, în timp ce românii aproape că îi ajung din urmă pe intervalul următor. Până la vârsta de 24 de ani proporția celor căsătoriți rămâne aproape similară la cele două grupuri etnice.

Divorțurile par să aibă au o rată mai mare la români (dar începând de la vârsta de 30 de ani în sus). Proporția persoanelor divorțate în eşantion ne arată această diferență.

Figura 4. Divorțați și văduvi, pe grupe de vârstă



Deşi proporția căsătoriților este diferită în eşantionul național respectiv în cel maghiar, în privința vârstei considerate ideală pentru căsătorie nu sunt diferențe între tinerii de diferite etnii.

Material cu drept de autor

Figura 5. Vârsta dorită la căsătorie pentru fete

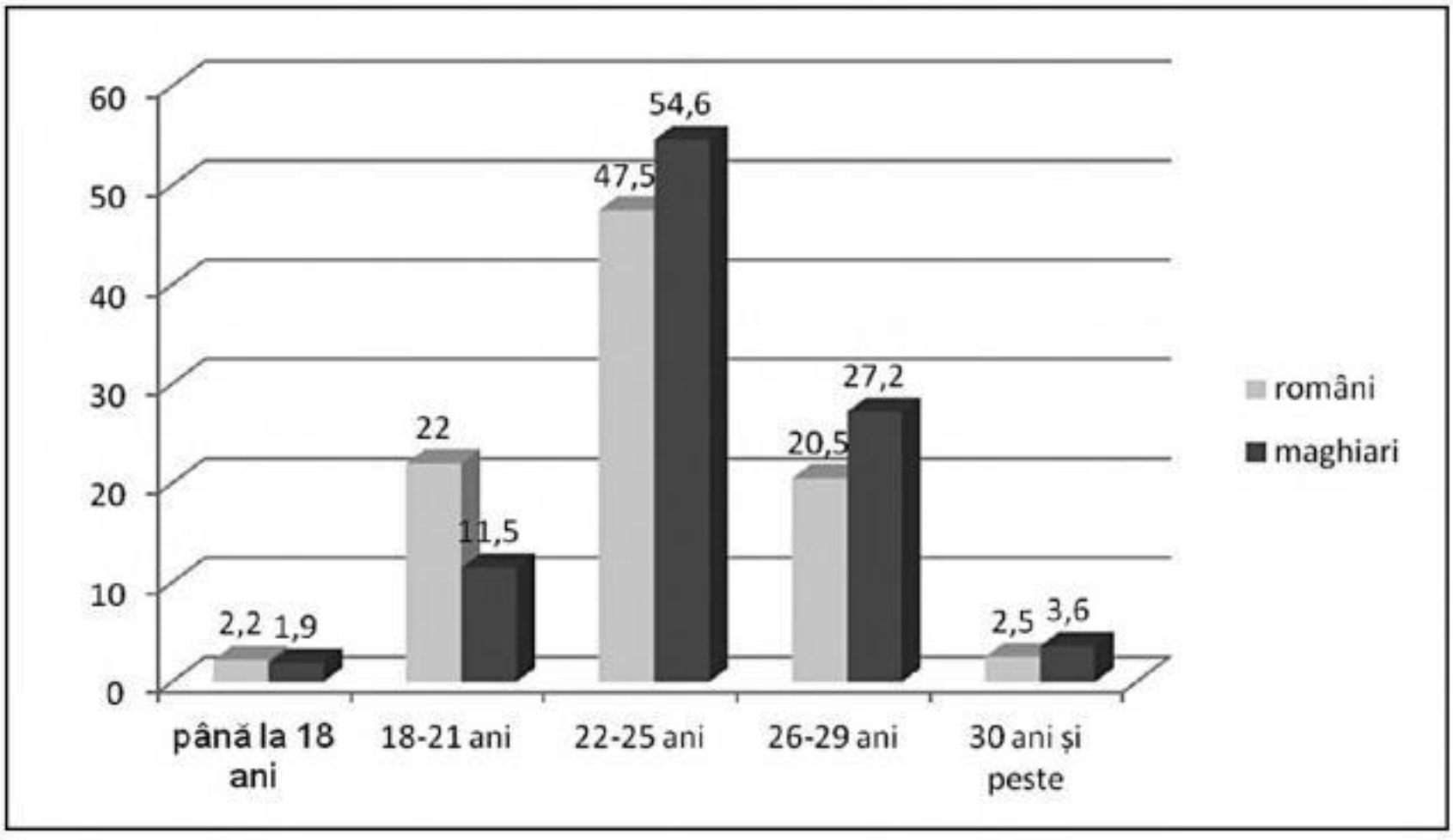
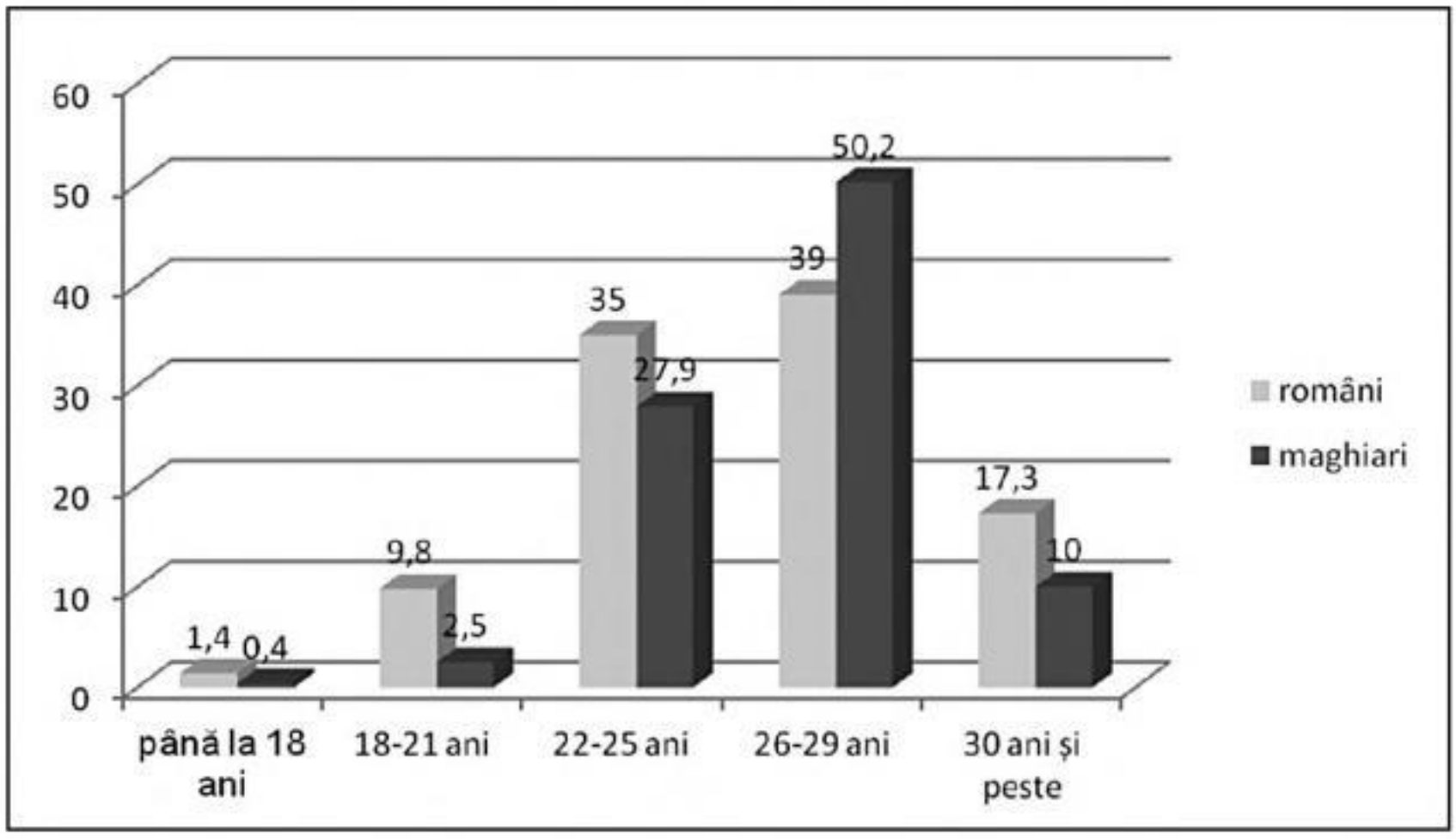


Figura 6. Vârsta dorită la căsătorie pentru băieți

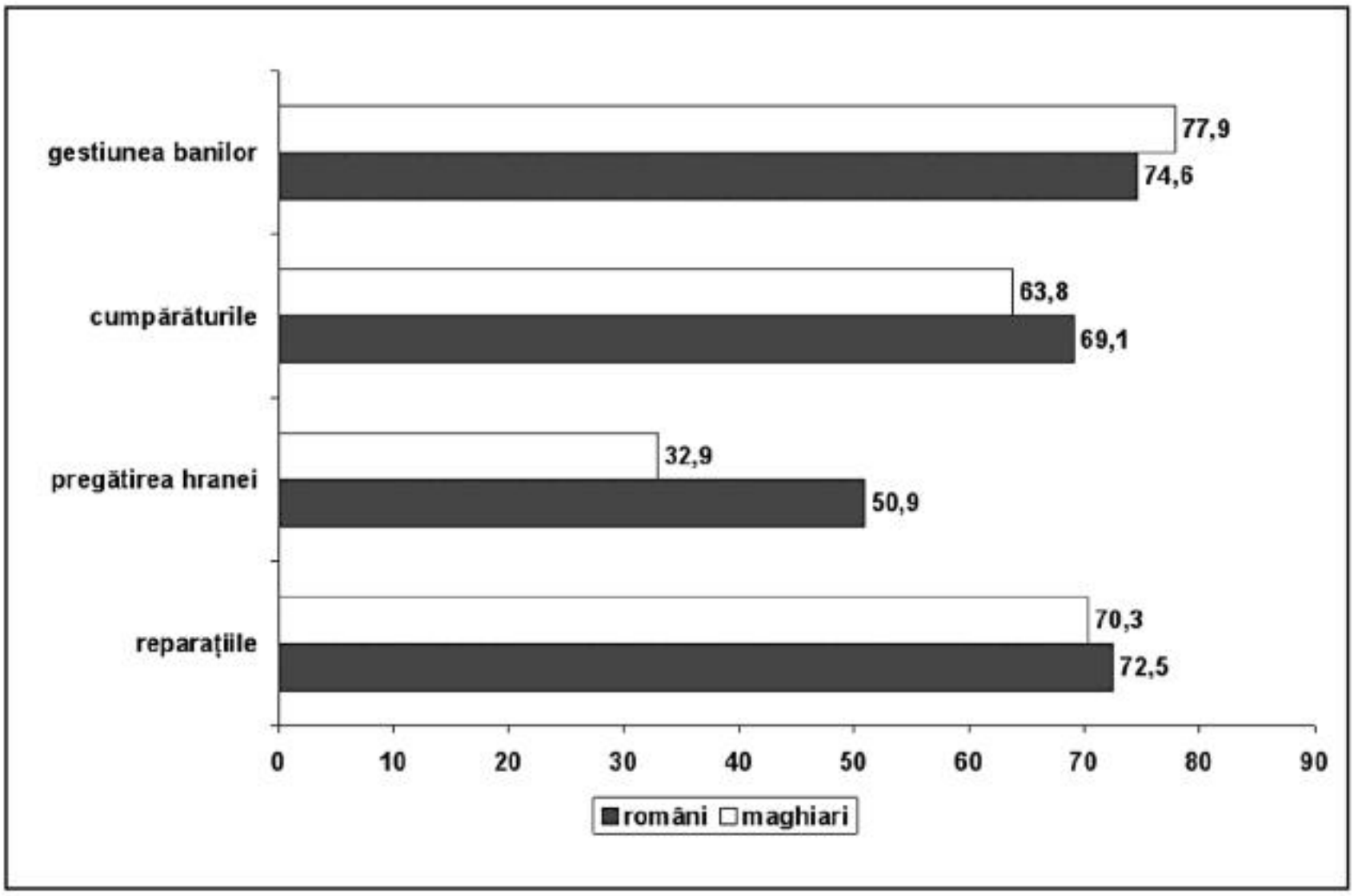


Material cu drept de autor

4. Conturarea rolurilor de gen

Românii optează într-o măsură mai mare pentru împărțirea între soți a responsabilităților, cu excepția gestionării banilor, unde familiile maghiare par să fie mai cooperante.

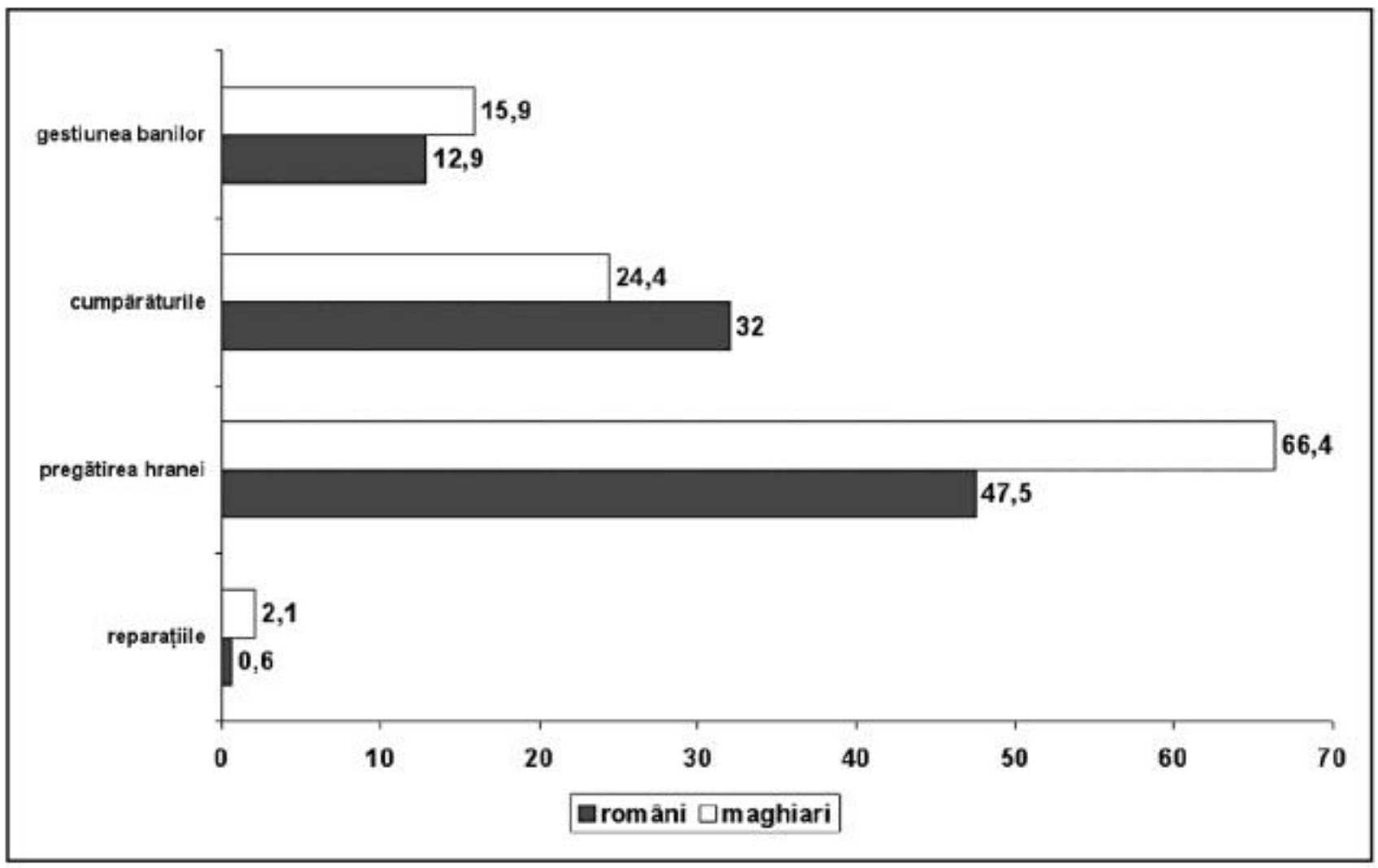
Figura 7. În responsabilitatea ambilor soți



Maghiarii par mai aproape de modelul tradițional în privința rolurilor, accentuând mai mult pe specializarea femeii în pregătirea hranei şi gestiunea banilor casei. În schimb, pentru ambele etnii este acceptată într-o proporție foarte mare specializarea bărbaților în efectuarea de reparații casnice.

Material cu drept de autor

Figura 8. În responsabilitatea femeii



Cu alte cuvinte, se verifică faptul că „tradiționala diviziune a muncii în familie este în proces de modificare" (Popescu 2003). Chiar dacă diferențierea rolurilor se menține, flexibilitatea partenerilor crește direct proporțional cu nivelul lor de educație. Acest proces se produce mai lent în cazul tinerilor maghiari.

5. Copii doriți, copii născuți

Problema perspectivelor natalității pare a fi de mare interes pentru opinia publică. Atunci când am prezentat comunicarea privind familia tânără în cadrul seminarului organizat la Cluj în toamna lui 2009, presa locală m-a asaltat cu întrebarea privind comportamentul demografic al celor două etnii. Nu am putut da atunci un răspuns prea clar pentru că nu analizasem suficient. Încerc acum să adaug ceea ce nu am prezentat și nu am spus atunci.

Material cu drept de autor

Analiza comparativă a pus în evidență o dorință mai mare a maghiarilor de a avea copii şi mai ales un număr de doi sau trei copii, spre deosebire de români, care par a favoriza modelul de fertilitate cu un singur copil (Kiss-Barna-Sólyom 2008: 202).

Diagnosticul se verifică la nivelul comportamentului real exprimat prin proporția tinerilor din eşantion care au copii. Dacă în eşantionul maghiar ponderea celor cu copii este de 41%, în cel român este de numai 31%. Iar pe grupe de vârste avem situația din tabelul 3:

Tabel nr. 3. Familii cu copii pe grupe de vârstă şi etnie

Grupa de vârstă	Etnia	Proporția celor care au copii
18-24	maghiar	8%
20-24	român	11%
25 - 29	maghiar	35%
	român	42%
30 - 35	maghiar	71%
	român	37%
TOTAL	maghiar	**41%**
	român	**31%**

Modelul de natalitate pare diferit la cele două etnii şi din perspectiva vârstei. Natalitatea la români este mai precoce, dar mai scăzută, în timp ce natalitatea la etnicii maghiari este mai târzie, dar mai consistentă. Modernizarea ceva mai accentuată a familiei române pare consonantă cu o reducere a fertilității, în timp ce tradiționalismul ceva mai accentuat al familiei etnicilor maghiari conduce la o reproducere demografică mai consistentă.

Pe ansamblul grupelor de vârstă, prioritatea pentru căsătorie sau pentru a avea un copil este mai puternică la maghiari decât la români, în timp ce prioritatea pentru a avea o locuință este mai mare la români, chiar şi la vârstele mai mici.

Material cu drept de autor

Bibliografie

GHERBEA, Georgeta
2000 *Regim social-politic şi viaţă privată (Familia şi politica familială în România)*. Editura Universităţii din Bucureşti.
KISS Tamás – BARNA Gergő – Sólyom Zsuzsa
2008 *Tinerii maghiari din Transilvania.* ISPMN. Studii de Atelier 12.
POPESCU, Raluca
2003 Familia tânără în societatea românească. *Calitatea vieţii* XIV. (1).

Material cu drept de autor

VERESS Ilka

Valorile tinerilor din România

1. Sistemul de valori al tinerilor

Analizele precedente axate pe structura valorilor tinerilor au urmărit descrierea preferințelor valorice în subgrupurile de tineri decupate în funcție de diferite variabile sociodemografice. Îndepărtându-se de studiile anterioare, scopul studiului de față este formularea unui răspuns la întrebarea: în ce măsură valorile celor două mari grupuri de tineri din România urmează orientarea valorică existentă în societatea adultă? Totodată, scopul analizei este surprinderea presupuselor diferențe dintre orientarea valorică a tinerilor maghiari, respectiv a tinerilor români.

Vom răspunde la întrebarea formulată mai sus cu ajutorul datelor din două anchete sociologice cantitative efectuate în 2008. Atât procedura de eşantionare multifazică, stratificată, cât şi chestionarele utilizate sunt similare în cele două anchete. Pentru analiza diferitelor procese, mai ales a evoluției sistemului de valori, dar şi pentru completarea informațiilor lacunare, utilizez două anchete care au precedat cu mult cercetările deja menționate. Un rol semnificativ în prezenta analiză îi revine subeşantionului pe tineret al European Value Survey din 1999, respectiv rezultatelor desprinse din ancheta MOZAIK 2001. În cazul celei din urmă dispunem şi de un subeşantion al tineretului român din Transilvania, care, bineînțeles, s-a dovedit extraordinar de util în această analiză.

Una dintre orientările principale ale cercetării sistemelor de valori explică transformarea lor cu ajutorul teoriei modernizării. În societățile premoderne sau tradiționale caracterul univoc al sistemului de valori se bazează pe nevoi identice, pe ierarhiile clare care segmentează societatea, pe credința în adevărul comun recunoscut de toți, precum şi pe statutul superior al

Material cu drept de autor

explicației religioase. Pe de altă parte, modernitatea se bazează în primul rând pe rațiune, interpretarea lumii se sprijină în primul rând pe știință. Pe lângă procesul de secularizare, epoca este caracterizată marcant de individualizare; indivizii devin progresiv mai deschiși față de riscurile schimbării. Totodată, punctul de plecare al orientărilor axiologice se bazează pe nevoile general umane, identice, presupunând o imagine uniformă și mai ales normativă a omului. Societatea postmaterială, denumită alternativ în științele sociale postindustrială, societate a riscului, modernitate târzie, modernitate reflexivă, postmodernă, se articulează în jurul valorilor diversității culturale și ale toleranței, depășind astfel normativa tradiționalismului. Deși știința rămâne pe mai departe un actor important în practicile de interpretare a lumii, atrag atenția și efectele ei nocive asupra mediului. Termenii-cheie ai sistemului de valori postmoderne sunt hedonismul, împlinirea și expresia sinelui, precum și cunoașterea, cunoștințele ca valori.

Teoriile modernității disting trei sisteme fundamentale de valori: tradițional, modern și postmodern. Transformarea priorităților sistemului axiologic nu se produce în sine, ci ca rezultat al evoluției diferitelor subsisteme ale societății.

Inglehart consideră postmaterialismul valoarea centrală a societății postmoderne. Pornește de la presupunerea că aspirațiile și preferințele individului sunt subordonate situației sociale și economice a acestuia. Pornind de la piramida nevoilor a lui Maslow, aspirațiile mai înalte, cum ar fi, de exemplu, autorealizarea, sunt caracteristice indivizilor care trăiesc în societatea abundenței. Reorganizarea în acest fel a sistemului de valori în societățile din Europa Occidentală este numită „revoluția tăcută a valorilor" (Inglehart 1986). Una dintre cele mai importante critici la adresa teoriei lui Inglehart este că „revoluția valorilor" schițată mai sus este un joc cu sumă zero, pe când criticii lui vorbesc despre coexistența valorilor. Conform acestei idei, valorile tradiționale se bucură de aceeași considerație ca și valorile individuale (Matiscsák 2001).

De obicei se vorbește despre sistemul de valori al tinerilor maghiari și al tinerilor maghiari din Transilvania în contextul ciclului de viață al tineretului. Conform acestei perspective, tineretul trebuie privit ca un soi de „produs al modernizării", care în Europa de Est s-a transformat substanțial în anii de după schimbarea de regim, odată cu dezvoltarea economiei de piață. Bineînțeles că fenomenul a fost observat în Europa Occidentală a anilor '60-'70 exact în analizele referitoare la tema transformării sistemului de valori. Procesele sociale și economice ce pot fi abordate cu ajuto-

Material cu drept de autor

rul noțiunilor de postindustrializare, postfordism, postmodern, societatea riscului, modernitate târzie, modernitate reflexivă etc. pot fi considerate condiții ale apariției tineretului ca grup social particular. Acesta apare ca grup social nou, independent, autonom, care are un sistem de valori bine conturat, un stil de viață și o poziție proprii în sistemul de stratificare socială și are obiceiuri de consum particulare. În cazul lor, pragurile vieții se amână, se prelungește sensibil perioada petrecută în instituții de educație, timpul liber și libertatea personală devin valori mai semnificative (ei încearcă la o vârstă mai fragedă acele forme de distracție intensivă care înainte erau practicate exclusiv de adulți); mai departe, consumul cultural accentuat devine tot mai caracteristic. Datorită revalorizării cunoștințelor formale dobândite în școală și expansiunii educației formale se transformă reproducerea socială: de fapt, grupul vulnerabil este format doar din tineri subșcolarizați: cei care ies din învățământul general sau cei care se mulțumesc cu studii medii (Gábor 2004: 28).

Transformarea structurii pieței, menționată mai sus, precum și expansiunea sistemului de învățământ nu sunt nici pe de parte lipsite de anumite asperități. Astfel, procesul de mai sus evoluează mai lent și are în mod fundamental caracter de clasă (Ercsei 2009: 210). Critica formulată la adresa teoriei lui Inglehart, conform căreia este mai util să vorbim despre coexistența valorilor, este ilustrată exemplar în cazul tinerilor din Transilvania. Gábor Kálmán – pornind de la cercetările din peninsulă – susține că în afară de contextul economic nefavorabil există factori culturali care orientează diferit evoluția sistemului lor de valori. Aceștia sunt, de exemplu, supraviețuirea rolurilor tradiționale de gen sau atitudinile diferite față de religie (Ercsei 2009: 210).

Din rezultatele mai multor cercetări (calitative și cantitative, deopotrivă) aflăm că în rândul populației tinere sistemul de valori al elevilor maghiari din Transilvania înscriși la școala generală se structurează în funcție de intenția de continuare a studiilor. Opțiunile tinerilor care nu doresc să-și continue studiile sunt mai aproape de valorile materiale, în timp ce colegii lor care doresc să-și continue studiile optează pentru valori care depășesc cotidianul (Miklós 2002).

Conform altei cercetări privind valorile populației maghiare din Transilvania (tot de vârsta școlii generale), acest sistem de valori este caracterizat de valori imateriale. Cele mai importante valori ale acestei populații sunt siguranța familiei, armonia interioară, libertatea și prietenia adevărată (Covrig–Rat 2000).

Material cu drept de autor

Aşadar, pornesc de la presupunerea că populaţia tinerilor are orientări valorice diferite de sistemul de valori al populaţiei adulte din România datorită modului ei de viaţă, statutului social transformat şi spaţiului existenţial expandat.

Evoluţia societăţii româneşti şi a sistemului ei valoric este interpretată de Bogdan Voicu într-o paradigmă a modernizării. Teoria pseudomodernităţii a lui Voicu este elaborată pe marginea cercetării European Value Survey din 1999, cercetare care a inclus şi România. Cazul României este, din punct de vedere cultural, un caz de modernizare parţială, într-un stat care se confruntă permanent cu probleme materiale, dar care, în acelaşi timp, are şi legături cu varianta postmodernă a culturii. România este o societate pseudomodernă caracterizată de aspiraţii tensionate de modernizare şi, nu în ultimul rând, de o pendulare continuă între tradiţional şi postmodern (Voicu 2001). Elementele postmoderne intră în sistemul de valori al societăţii româneşti prin „contagiune", posibilă datorită legăturilor cu diferitele culturi occidentale.

Despre România de acum zece ani putem spune că populaţia ei poate fi descrisă cu ajutorul unui sistem de valori materialist, respectiv mixt. Doar 5,7% din populaţie poate fi văzută ca având orientare postmaterială. În rândul acestora, grupa de vârstă formată din indivizi între 15-24 de ani are în mod evident un rol mai accentuat. În mare, tinerii români între 25-35 de ani aparţin sistemului de valori care poate fi numit mixt. În privinţa orientării axiologice a societăţii româneşti, autorul menţionează în primul rând autoritatea explicaţiei religioase. România are cea mai mare valoare în Europa din acest punct de vedere. Autorul susţine că explicaţia pentru această situaţie este dată de faptul că în conştiinţa populaţiei biserica reprezintă o instituţie care întruchipează stabilitatea socială şi siguranţa personală. Astfel, înţelegem de ce religia este o valoare prioritară în societatea românească.

Despre atitudinea faţă de asumarea riscului putem spune că valoarea măsurată este cea mai scăzută în România. Societatea românească se defineşte ca săracă, iar evitarea riscurilor devine mijlocul de diminuare a nesiguranţei globale.

Însă societatea românească nu este caracterizată de un comportament conservator univoc faţă de asumarea riscurilor, nici de o ideologie care ar insista asupra schimbării, care la rândul ei ar promova asumarea riscurilor sau iniţiativa.

O altă dimensiune centrală a sistemului de valori al societăţii româneşti este problema „planificării şi fatalismului". În cazul de faţă, planificarea

Material cu drept de autor

desemnează modalitățile de cheltuire a banilor. Unul dintre fundamentele modernității este planificarea, respingerea aleatoriului. Două treimi din populația României se consideră capabilă să-şi ia soarta în propriile mâini şi este de menționat că acest raport este cel mai ridicat în rândul țărilor din fostul bloc comunist. Mergând mai departe, autorul abordează acele elemente ale orientărilor axiologice postmoderne al căror nivel scăzut arată fără echivoc că aceste valori nu sunt consecințele directe ale nivelului de dezvoltare al societății românești (cum susține Inglehart în cazul societăților occidentale), ci rezultatul legăturilor cu lumea occidentală.

Voi analiza răspândirea valorilor acestor indicatori postmoderni în rândul tinerilor români şi maghiari din România. Însă datele din cercetarea European Value Survey reflectă situația de acum 10 ani. Totuşi, utilizarea acestora are două cauze. Pe de o parte, direcțiile conturate pe baza acestor rezultate, comparate cu tendințele măsurate în alte țări europene (în special în cele postcomuniste) sunt relevante. Pe de altă parte, după cum am putut observa şi din cercetările menționate mai sus, preferințele valorice ale tineretului sunt reliefate şi în cazul utilizării scalei postmaterial-material. Astfel devine legitimă presupunerea conform căreia expansiunea spațiului existențial, noul statut social, diferitele competențe (de exemplu cele lingvistice) sugerează că tineretul este grupul social care reprezintă valorile postmoderne descrise de autor. Pentru descrierea orientării axiologice a populației adulte voi folosi analiza lui Bogdan Voicu.

Există diferențe semnificative între tinerii maghiari şi cei români în privința ierarhizării valorilor. Pe baza cercetărilor anterioare amintite mai sus nu este surprinzător că în general valori ca familia, siguranța şi sfera privată se află pe primele poziții ale ierarhiei valorilor. Constatăm două diferențe esențiale în privința religiei şi a autorealizării. Pentru tinerii români credința în Dumnezeu este a doua valoare ca importanță. Rezultatul nu surprinde, având în vedere afirmația lui Voicu amintită mai sus, conform căreia autoritatea explicației religioase în rândul populației române este extraordinar de accentuată în comparație cu celelalte țări europene. Conform datelor din 1999, biserica este o instituție importantă nu doar pentru populația adultă, pentru că în medie două treimi din populația tânără crede că biserica oferă răspunsurile adecvate diferitelor probleme individuale atât pe plan moral, cât şi pe plan familial. Autorealizarea ocupă de asemenea o poziție mai avansată decât în cazul tinerilor maghiari. Pentru aceştia din urmă stabilitatea, pacea şi bunăstarea sunt valorile care se dovedesc a fi mai importante.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 1 Din lista următoarelor valori, vă rugăm să ne spuneți care sunt cele mai importante pentru dvs., în ordinea importanței?

	Tineri maghiari (%)	**Tineri români (%)**
Democrația	8,9	12,5
Mediul înconjurător	14,7	9,7
Toleranța	7,9	5,1
Familia	84,4	77,2
Drepturile şi libertățile omului	11,9	15,3
Participare civică	2,2	0,7
Egalitatea de şanse	14,9	14,5
Credința în Dumnezeu	18,2	41,3
Autorealizarea	20,3	39,1
Bunăstarea	29,6	14,0
Pacea	29,6	18,0
Siguranța, stabilitatea în viață	30,8	32,7
Încrederea în oameni	10,7	7,5
Patriotismul	4,0	,7
Conştiinciozitate	10,5	10,8
NŞ/NR	1,4	0

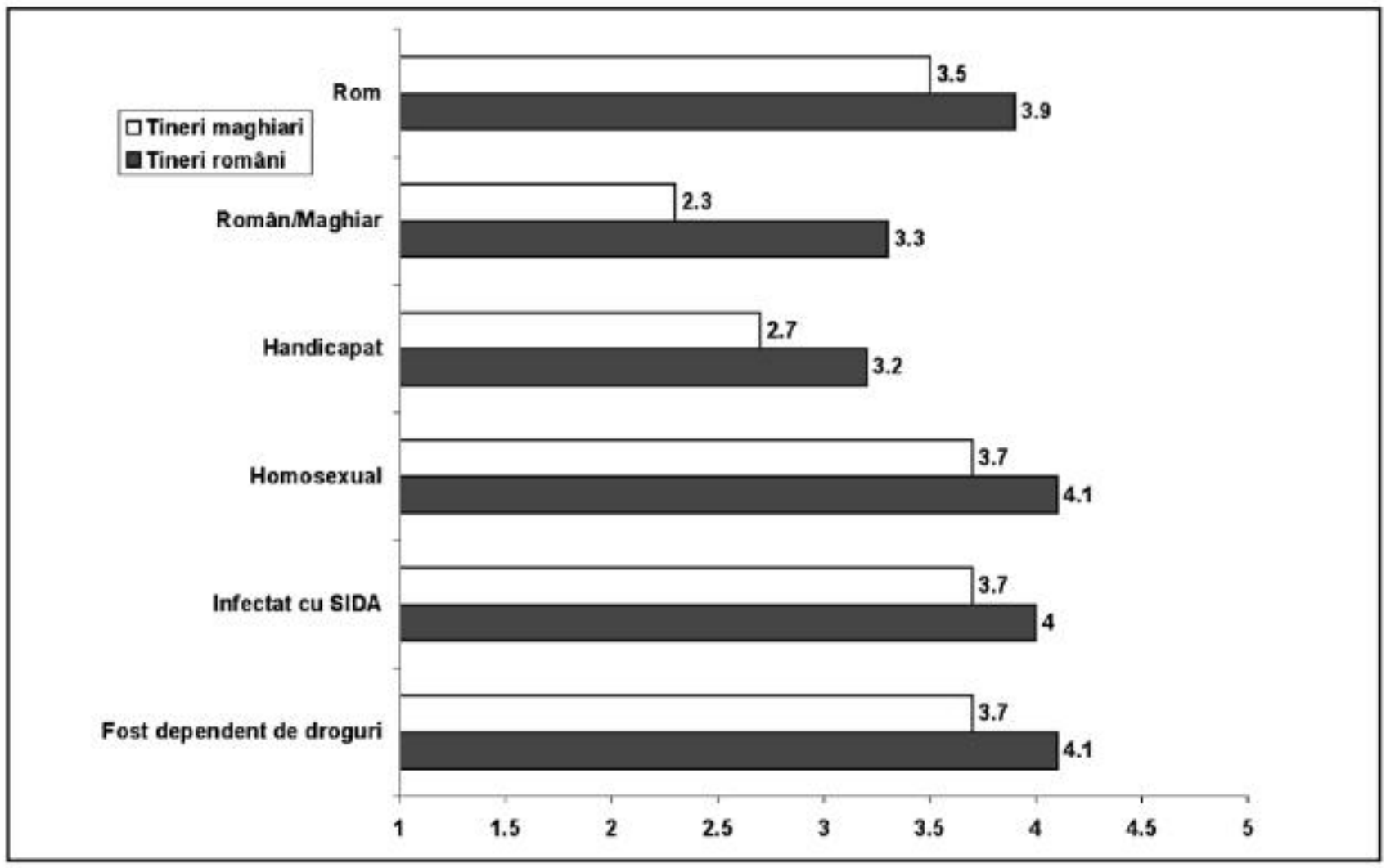
Sursa: Tineri din Transilvania 2008, Barometrul tineretului 2008

2. Toleranța

Comparativ cu celelalte țări europene, România se află în grupul celor mai intolerante 3-4 țări. Mai mult, este una dintre cele mai normative societăți. 24% din populație nu dorește să aibă un vecin de altă naționalitate. Legat de identificarea primelor trei valori mai importante putem spune că toleranța apare la ambele populații (la populația tânără maghiară şi română) la coada ierarhiei valorilor, deşi în rândul tinerilor maghiar se poziționează puțin mai sus.

Material cu drept de autor

Figura 1. În ce măsură ați fi de acord să aveți prieten.. (medii; 1- dezacord total; 5- acord total)



Sursa: Tineri din Transilvania 2008, Barometrul tineretului 2008

După cum arată figura de mai sus, prejudecățile față de diferite grupuri sunt mai puțin pregnante în rândul tinerilor maghiari decât în grupul tinerilor români. Mai departe, aş menționa că în cazul tinerilor români raportul răspunsurilor de respingere univocă este semnificativ mai ridicat decât în cazul tinerilor maghiari. Presupun că în acest caz, gradul de toleranță diferit de cel al tinerilor români nu indică orientarea valorică postmodernă, ci mai degrabă este consecința interpretării situației minoritare. Variația nivelului de toleranță în raport cu regiunea istorică vine în sprijinul acestei presupuneri. Procentul celor care acceptă diferențele este mult mai mic în Ținutul Secuiesc, mai omogen din punct de vedere etnic decât Partium sau Transilvania.

Material cu drept de autor

3. Orientarea spre valori postmateriale

Deşi aspiraţiile de exprimare a sinelui şi privind calitatea vieţii există în rândul populaţiei adulte din România, ele sunt puternic determinate de existenţa sau absenţa siguranţei materiale. Populaţia României este în mod definitoriu orientată spre valori materiale (45%).

În oglinda rezultatelor prezentate în introducere se conturează ideea conform căreia orientarea axiologică postmaterialistă este caracteristică mai degrabă perioadelor timpurii ale tinereţii. Finalizarea studiilor, independenţa de anumite grade deturnează preferinţele axiologice în direcţia materialismului.

Următorul tabel arată acest lucru în comparaţie cu orientarea valorică a populaţiei adulte. Valorile postmateriale caracterizează grupele de vârstă tinere, însă majoritatea poate fi caracterizată ca varianta mixtă a celor două extreme. Aceeaşi „coexistenţă a valorilor" caracterizează tinerii români; aşa cum apare în tabelul care prezintă ierarhia generală a valorilor, credinţa în Dumnezeu ca valoare tradiţională ocupă primul loc, împreună cu valorile de autorealizare şi familie.

Tabelul nr. 2 Orientarea valorică a grupelor de vârstă în populaţia României

Grupe de vârstă	Materialist	Ierarhie mixtă	Postmaterialist
15-24	35,4%	50,7%	13,9%
25-34	39,0%	52,8%	8,2%
35-44	48,8%	46,1%	5,1%
45-54	53,8%	42,1%	4,1%
55-64	52,5%	45,2%	2,3%
Peste 65	45,2%	47,8%	7,1%

Sursa: European Value Survey, 1999

4. Protejarea mediului

În România, grija faţă de mediu se situează la un nivel relativ scăzut faţă de celelalte ţări europene. Interesul pentru mediu este valabil doar până la punctul în care grija faţă de mediu nu implică cheltuieli din par-

Material cu drept de autor

tea individului. Atât în cazul tinerilor români, cât şi în cel al maghiarilor se poate spune că starea mediului ca valoare este în relaţie semnificativă cu situaţia materială, nivelul de educaţie şi mediul în care trăiesc. Cu alte cuvinte, tinerii educaţi, care trăiesc în mediul urban şi aparţin clasei de mijloc sunt cei care se preocupă de problemele ecologice.

5. Interesul pentru politică şi participare la viaţa civică

Interesul pentru politică este de nivel mediu în rândul populaţiei totale a României, iar participarea civică este relativ scăzută. Doar o pătrime din populaţie nu este deloc interesată de politică.

Tabelul nr. 3 Cât de importantă este politica în viaţa dvs.?

	Tineri maghiari (%)	**Tineri români (%)**
Foarte importantă	1,2	4,1
Destul de importantă	10,5	13,2
Mai puţin importantă	33,9	44,2
Deloc importantă	54,0	38,5

Sursa: Tineri din Transilvania 2008, Barometrul tineretului 2008

Pe baza ierarhiei valorilor din tabelul nr. 1 putem spune că participarea la viaţa civică s-a dovedit oarecum mai importantă pentru tinerii maghiari. Se observă că există diferenţe semnificative între cele două populaţii. drepturile şi libertăţile omului şi egalitatea de şanse ocupă un loc mai bun în ierarhia valorilor decât pentru tinerii români. În privinţa interesului pentru politică observăm că tinerii maghiari sunt sensibil mai puţin interesaţi decât colegii lor români. Mai mult de jumătate dintre tinerii maghiari consideră că politica nu este deloc importantă. Comparativ cu rezultatele MOZAIK din 2001 a crescut semnificativ nu-

Material cu drept de autor

mărul tinerilor maghiari pentru care politica nu este deloc importantă[1] (Csata–Magyari–Veres 2002: 176).

6. Rolul deosebit al sferei civile

Populația română este caracterizată printr-un interes scăzut şi un grad de participare scăzut în diferite organizații civile, neguvernamentale, în comparație cu cetățenii celorlalte state din Europa. Activitatea de acest gen reprezintă mijlocul prin care cetățenii controlează, influențează sau modelează mediul social. Însă, după cum a văzut mai sus, democrația ca valoare, de exemplu, ocupă un loc destul de precar în ierarhia valorilor în raport cu valorile sferei private. În această privință rămâne în continuare valabilă afirmația lui Stănculescu, conform căruia tânărul român tipic preferă valorile sferei private şi este slab integrat în sfera civilă (Covrig–Raț 2000).

Gábor Kálmán consideră că importanța sferei civile creşte în contextul consolidării pieței. În absența legăturilor cu sfera civilă, trebuie să luăm în considerare dependența exagerată de consum observată la tineri, ceea ce înseamnă în primul rând acceptarea modelelor consumului de masă fără reflexie critică. (Gábor 2004).

După cum reiese din cele spuse înainte, participarea în viața civică este bifată de extraordinar de puțini respondenți ca valoare importantă pentru ei. Nu avem date despre statutul de membru al tinerilor maghiari în astfel de organizații, aşadar nu ştim ce procent participă sau a participat în astfel de organizații. Însă este cert că doar 11,2% dintre tinerii români au experiența participării în organizații neguvernamentale.

Pe baza cercetării MOZAIK 2001 putem afirma că tinerii români din Transilvania participă într-o proporție mai mică în astfel de organizații decât tinerii maghiari. Însă cele mai populare organizații în rândul tinerilor maghiari din Transilvania sunt organizațiile politice, de tineret şi cele religioase (Csata–Magyari–Veres 2002: 176).

1 43% dintre tinerii din Transilvania istorică nu sunt preocupați deloc de politică. Acelaşi interes scăzut apare şi în cazul eşantionului pe Ținutul Secuiesc.

Material cu drept de autor

7. Concluzii

În acest studiu am căutat să răspundem la întrebarea dacă într-o societate postcomunistă orientată în mod definitoriu către valori materiale, tineretul cu vârsta cuprinsă între 18-35 de ani este într-adevăr segmentul în rândul căruia apar pentru prima dată valorile care indică un regim social postmodern. Analiza noastră s-a axat pe diferențele dintre preferințele a două grupuri diferite ca etnicitate şi statut (majoritar-minoritar).

În chip de concluzii succinte putem spune că atât în cazul tinerilor maghiari, cât şi în cazul celor români putem vorbi mai degrabă despre coexistența valorilor decât despre orientări valorice cristalizate, ideal-tipice postmateriale, materiale sau tradiționale. În ambele cazuri interpretarea rolurilor de gen tradiționale şi credința în Dumnezeu (ca valoare eminamente tradițională) coexistă cu valorile conexe ale realizării sinelui şi cu valorile ciclului de viață al tineretului în cazul tinerilor români. O caracteristică importantă a sistemului de valori al tinerilor maghiari este valoarea mai pronunțată ataşată siguranței, stabilității şi păcii în raport cu colegii lor români. Totodată ei par mai toleranți în comparație cu tinerii români. Toate acestea sunt însă influențate de situația minoritară reală, de mediul mai restrâns şi de eterogenitatea etnică a regiunii. Coloana vertebrală a analizei este reprezentată de atitudinea celor două grupuri față de cele patru valori specific postmoderne. Analiza a conturat principalele tendințe, cu toate că în multe cazuri datele sunt incomplete sau nu sunt comparabile. Există un strat care corespunde unui model occidental, care este mai activ, se interesează de mediu şi este caracterizat de ralierea la valori postmoderne. Aceste atitudini sunt distribuite în funcție de situația materială, mediu (urban sau rural), nivelul de educație şi, nu în ultimul rând, de vârstă.

Material cu drept de autor

Bibiografie

CSATA Zsombor – MAGYARI Tivadar – VERES Valér
2002 Belső-Erdély. In: BAUER Béla – SZABÓ Andrea – LAKI László – NEMESKÉRI István (coord.): *Mozaik 2001. Gyorsjelentés. Magyar fiatalok a Kárpát-medencében.* Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, Budapest, 141–186.
COVRIG, Anca – RAŢ, Cristina
2000 Erdélyi középiskolások értékrendprofiljai. In: VERES Valér (coord.): *Nemzeti vagy nemzedéki korszakváltás.* Limes–Új Mandátum, Kolozsvár–Budapest.
ERCSEI Kálmán
2009 Az ifjúsági korszakváltás szabadidős szcenáriója Romániában. Megállapítások és tézisek a Félsziget-fesztivál fiataljai kapcsán. In: JANCSÁK Csaba (coord.): *Fiatalok a Kárpát-medencében.* Belvedere Meridionlale Kiadó, Szeged.
GÁBOR Kálmán
2004 Globalizáció és ifjúsági korszakváltás. In: GÁBOR Kálmán – JANCSÁK Csaba (coord.): *Ifjúsági korszakváltás-ifjúság az új évezredben.* Belvedere Meridionlale Kiadó, Szeged.
INGELHART, Ronald – ABRAMSON, Paul R.
1986 Generational Replacement and Value Change in Six West-European Societies. *American Journal of Political Science* 30. 11–25.
MATISCSÁK Attila
2001 Értékorientációk és értékváltozások a német fiataloknál. *Educatio* 3. 599–601.
MIKLÓS István
2002 Középiskolások értékorientációi. In: SORBÁN Angella (coord.): *Szociológiai tanulmányok erdélyi fiatalokról.* Scientia Kiadó, Kolozsvár.
VOICU, Bogdan
2001 România pseudo-modernă. *Sociologie Românească* (1–4). 35–69.

Material cu drept de autor

KOZÁK Gyula

Practici de consum la tinerii maghiari din România

Introducere

În contextul general al României postsocialiste practicile de consum sunt structurate de două tipuri de schimbări. Pe de o parte, există o serie de schimbări structurale a căror prezență ostentativă cu greu poate trece neremarcată. Sistemul obiectelor în general, inclusiv sistemul alimentar, au suferit transformări radicale față de anii 1980. Fiecare element constitutiv al lanțului alimentar și al sistemului de bunuri și servicii s-a schimbat în mod definitoriu. Producția bunurilor și a produselor alimentare a fost privatizată în procent semnificativ. Mai departe, în privința desfacerii observăm apariția unor noi forme de desfacere sau transformarea altora. Urmărind lanțul produselor de la producție, prin desfacere, ajungând la procurare și consum, este inevitabil ca în cele din urmă și în domeniul consumului să se fi inițiat anumite schimbări concomitent cu diferențierea structurii sociale.

Transformările structurale vizibile în sistemul obiectelor, al relațiilor sociale de producție și al desfacerii au influențat și domeniul definit în general ca și cultură a consumatorului. Cea mai pregnantă schimbare o reprezintă reacția consumatorului la varietatea produselor apărute în perioada postsocialistă. Dacă în deceniul nouă al secolului trecut produsele de orice fel erau considerate o raritate, în ultimele două decenii varietatea și cantitatea enormă de produse este cea care frapează. Penuria a fost transformată în abundență relativă, iar cultura penuriei, în ceea ce s-ar putea numi cultura abundenței. Această transformare are implicații

Material cu drept de autor

directe asupra comportamentului consumatorului din mai multe privințe. În primul rând, dacă în socialism problematica consumului era centrată pe penuria de bunuri (Chelcea–Lățea 2004; Mazur–Stommen 2003; Verdery 1994), în prezent problema consumului se concentrează asupra resurselor materiale limitate, ceea ce pune problema accesului diferențiat la bunuri. În al doilea rând, tenacitatea ca atribut necesar oricărui consumator din epoca socialistă se transformă azi în calități specifice, cum ar fi capacitatea de selecție (Humphrey 1995), dezvoltarea unei competențe în compararea bunurilor pe baza recomandărilor concurente și câteodată contradictorii (Warde 1997), ceea ce, la rândul ei, pune problema semnificației bunurilor și a motivației alegerii.

Acesta este cadrul general, și în mod necesar sumar, în care pot fi situate datele prezentate în acest text. În cele ce urmează am să descriu practicile de consum și accesul la bunuri ale tinerilor maghiari din România. Pornind de la datele cercetărilor menționate în introducerea acestui volum, voi grupa prezentarea rezultatelor în două subcapitole separate. Datele referitoare la consumul tinerilor maghiari sunt constituite de răspunsurile la două seturi de întrebări. Primul set întrebările se referă la alimente și a fost formulat în următorul mod: „În viața de zi cu zi, cât de des consumați următoarele: legume și fructe proaspete, alimente naturale (fără conservanți), alimente de tip fast-food, alcool, cafea, tutun?". În cel de al doilea set de întrebări, referitoare la înzestrarea cu diferite bunuri materiale, întrebarea sună așa: „Dintre următoarele lucruri, pe care le dețineți și pe care nu (telefon mobil, calculator, acces internet acasă, mașină proprietate personală, mașină care e proprietatea altcuiva, locuință proprietate personală)?". Am să prezint datele urmărind trei aspecte: practicile în sine, așa cum se creionează ele la nivelul întregii populații a tineretului maghiar, distribuția acestor practici în funcție de diferite aspecte sociodemografice, tendințele din interiorul populației tinerilor maghiari, reliefate de datele adunate la un interval de 8 ani, și comparația acestor practici cu cele ale tinerilor români la nivel național.

Prezentarea practicilor de consum și mai ales tentativele de interpretare sunt sever limitate de cantitatea și de tipul datelor disponibile. Din această cauză, datele anchetei sociologice orientează în două direcții cele scrise mai jos. În primul rând, din perspectiva structurală, ele sunt prea sumare ca să permită elaborarea unei interpretări nuanțate a situației consumului în România postsocialistă. Ne permit totuși să vedem în linii mari tendințele emergente și să formulăm întrebări care – dacă se dove-

Material cu drept de autor

desc relevante – vor găsi răspuns în cercetări viitoare. În al doilea rând, dat fiind numărul practic nelimitat de interpretări ce pot fi construite tocmai din pricina caracterului sumar al datelor, vom încerca totuşi îngrădirea imaginației speculative recurgând şi la informații conexe, exterioare datelor anchetei, dar care ne vor ajuta să prezentăm practicile de consum într-un context relevant dat atât de datele anchetei, cât şi de dinamica societății noastre. Voi recurge la o analiză simbolică bazată pe înțelesurile alimentelor, o semantică aproximativă a alimentelor decupată din texte apărute în presa scrisă. La capitolul înzestrare cu bunuri de folosință îndelungată voi prezenta doar datele anchetei.

Consum alimentar

În mod surprinzător, consumul alimentar la tinerii din România este mai degrabă omogen. Contrazicând înțelepciunea convențională a discursului public, tinerii din România afişează un set comun de practici de consum, alegând o alimentație relativ standardizată şi afişând o atitudine de reținere față de vicii, o sobrietate surprinzătoare. Chiar mai mult decât atât, în general datele ne arată că cel puțin la nivelul tineretului maghiar din România, acest model de consum este prezent de cel puțin zece ani, iar modelul s-a accentuat şi s-a cristalizat pe parcursul ultimului deceniu, în sensul unei alegeri mai frecvente şi mai consecvente, a întăririi unei tendințe.

Tinerii preferă alimentele naturale, legumele şi fructele proaspete şi evită sau consumă moderat alimente de tip fast-food. După cum arată Tabelul 1, majoritatea covârşitoare a tinerilor maghiari (68,5%) consumă zilnic legume şi fructe proaspete, iar două treimi, alimente naturale (66,4%). O proporție extrem de scăzută (sub 1%) nu consumă deloc aceste alimente, iar ponderea consumatorilor moderați se situează la 26% şi 21% pentru legume şi fructe proaspete, respectiv alimente naturale.[1] Dacă distribuția consumului pentru aceste două tipuri de alimente este similară, răspunsurile privind consumul de alimente fast-food se struc-

1 Nu avem date legate de procentul populației care consumă alimente cu conservanți. Acesta poate fi la fel de mare ca procentul celor care consumă alimente naturale pentru că, în principiu, consumul frecvent al alimentelor naturale (fără conservanți) nu exclude de facto consumul tot atât de frecvent al alimentelor cu conservanți.

Material cu drept de autor

turează diferit. Dintre tinerii chestionați 22% au declarat că nu consumă deloc, mai mult de jumătate consumă rar alimente de tip fast-food, în timp ce ponderea celor care consumă zilnic acest tip de alimente este de doar 4,9%. Datele din acest tabel ne arată că tinerii își articulează preferințele alimentare punând în prim-plan legumele și fructele proaspete și alimentele naturale, ceea ce califică aceste alimente drept alimente de bază în meniul tineretului. Pe de altă parte, consumul de fast-food este evitat și cea mai puternică tendință reliefată arată că acest tip de alimente sunt consumate ocazional.

Tabelul nr. 1. Răspunsurile la întrebarea „În viața de zi cu zi, cât de des consumați...?" (%)

	Zilnic	Săptă-mânal	Mai rar	Deloc	NȘ/NR
Legume și fructe proaspete	68.5	26.1	5.3	0.1	0
Alimente naturale (fără conservanți)	66.4	21.2	10.8	1.0	0.7
Alimente de tip fast-food	4.9	20.2	51.9	22.3	0.7

Tinerii maghiari dau dovadă de favorizarea mai pronunțată a unei alimentații care poate fi catalogată drept sănătoasă.[2] Poate fi catalogată drept sănătoasă în raport cu discursul public despre alimentația sănătoasă, în raport cu percepția și cu sistemele de clasificare atașate unor alimente care în general apar, sunt definite ca sănătoase în diferite publicații specializate pe alimentație sau în rubrici speciale ale cotidienelor din România. În aceste publicații, legumele și fructele proaspete semnifică alimentația sănătoasă, în timp ce alimentele fast-food apar ca nocive. Din nenumăratele[3] exemple la îndemână voi ilustra această relație

2 „Alimentația sănătoasă" nu este sintagma utilizată de respondenți, ci este introdusă de mine pe baza acestor înțelesuri care circulă în spațiul mediatic. În acest sens, cred că a numi aceste alimente sănătoase aproximează ceea ce cred de fapt indivizii despre aceste alimente. Dacă consumul este motivat de rațiuni de sănătate este deja o altă întrebare, la care nu pot răspunde pe baza datelor disponibile.

3 De altfel, discursul despre alimente și alimentație a cunoscut o veritabilă explozie în ultimul deceniu. Librăriile și chioșcurile de ziare și reviste au pe rafturi un volum practic nelimitat de cărți de bucate (structurate în feluri variate: pe bucătăria unor țări sau regiuni, pe mese principale, pe sărbători, meniuri dietetice, vegetariene etc.), iar majori-

Material cu drept de autor

semantică cu câteva citate din două cotidiene naționale. În acest context mediatic consumul de legume şi fructe şi al alimentelor naturale apare ca sănătos pe două planuri. Ele acționează ca remedii în cazul anumitor boli sau li se atribuie o funcție de prevenire a bolii. „Medicii spun că multe dintre aceste boli ar putea fi prevenite dacă am mânca alimente naturale, în special fructe şi legume (struguri, afine, rodii, morcovi, roşii etc.)" (*Adevărul*, „Consecințele unei alimentații haotice", 28.06.2008) sau „Suplimentarea dietei cu legume şi fructe crude bogate în vitamina C din fructe reduce riscul de diabet zaharat cu 62%" (*Jurnalul național*, „Vitamina C scade glicemia", 2008. 08.01)

Alte formulări similare: „În privința alimentației, pentru a preveni apariția diabetului, românii trebuie să şteargă din meniu produsele de tip fast-food şi să mănânce mai multe legume şi fructe" (*Adevărul*, 2008.08.28), sau „O alimentație bogată în vitamine, preluate natural din fructe şi legume proaspete, este ideală la orice vârstă. Totodată, este bine să-i obişnuim pe copii să diminueze cantitățile de grăsimi din alimentație, de dulciuri concentrate şi de băuturi carbogazoase. Copiii trebuie încurajați să adopte o alimentație echilibrată şi să renunțe la produsele fast-food, care sporesc pericolul obezității. Un suc fresh, preparat acasă din câteva fructe proaspete, băut zilnic, reprezintă o sursă de vitamine şi o modalitate de eliminare a toxinelor." (*Jurnalul național*, 2007.10.22). O serie de caracteristici ale ultimelor două citate ar merita tratarea separat: grija pentru corp, rolul educației în alimentație, opoziția implicită dintre alimentele preparate acasă şi cele preparate în afara ei. Totuşi, ne mulțumim aici să remarcăm opoziția explicită între legume şi fructe şi fast-food.

În contextul sistemului semiotic schițat mai sus, consumul regulat de legume şi fructe proaspete, de alimente naturale şi evitarea sau consumul ocazional al alimentelor de tip fast-food sugerează o alegere conştientă, reflexivă a alimentelor considerate sănătoase. Se pare că opoziția dintre atribuirea calităților de „sănătos" şi „nesănătos" sau „nociv" alimentelor în discursul media se reproduce şi la nivelul practicilor alimen-

---

tatea revistelor (mai ales a celor pentru femei) şi a cotidienelor dedică mai mult sau mai puțin regulat spații mai mult sau mai puțin extinse rubricilor care prezintă subiectul. Bineînțeles, discursul nu este omogen, în sensul în care nu este medicalizat, adică nu este axat doar pe aspectele legate de sănătate ale alimentației.

Material cu drept de autor

tare ale tineretului.[4] Această relație, ilustrată de datele din Tabelele 2 şi 3, se articulează ca o relația de proporționalitate inversă. Cu cât tinerii adoptă mai consecvent consumul de alimente proaspete sau naturale (cu alte cuvinte, cu cât consumul acestora este mai sistematic şi mai frecvent), cu atât mai mult evită consumul de mâncare fast-food, ceea ce pare să confirme practica „alimentației sănătoase".

Tabelul nr. 2. Relația dintre consumul legumelor şi al fructelor proaspete, respectiv al alimentelor de tip fast-food (%)

		Alimente de tip fast-food					Total
		Zilnic	Săptă-mânal	Mai rar	Deloc	NŞ/NR	
Legume şi fructe proaspete	Zilnic	4.15	19.51	52.20	23.41	0.73	100.00
	Săptămânal	5.45	22.12	51.92	19.87	0.64	100.00
	Mai rar	9.38	20.31	50.00	20.31		100.00

4 Prin crearea unui context semiotic dat de o analiză sumară a discursului media asupra alimentelor nu doresc să sugerez că discursul media influențează în mod direct sau chiar indirect comportamentul de consum. Cel puțin aceste date nu pot nici confirma, nici infirma acest lucru. Susțin doar că unele alimente semnifică sănătatea, iar altele nu, şi putem presupune că există un anumit consens asupra acestor termeni, măcar la nivelul cadrului general în care se exprimă discursul alimentar în relație cu sănătatea. Mai mult, recomandările media sau ale altor genuri de comunicare nu generează neapărat adeziune la ideile sau practicile colportate. De exemplu, în materie de alimentație sănătoasă, pe lângă discursul media de azi există şi o încercare mai veche, datând din anii '70, a regimului socialist de a promova un tip de alimentație rațională (Mincu 1978). Recomandările (ca să nu spun propaganda) pentru o alimentație rațională au fost receptate cel puțin ambivalent. Deşi legătura dintre sănătate şi alimentație era cunoscută şi probabil acceptată în principiu de o parte a populației, putem presupune că cel puțin o parte a populației a considerat că regimul alimentar bazat pe aceste principii este de fapt o perdea pentru mascarea penuriei şi a lipsei de hrană. Nu este exclus ca o parte a populației să fi aderat la ideea alimentației raționale, însă mi se pare puțin probabil ca adeziunea să fi fost larg răspândită, date fiind atitudinile fățiş adverse şi saturate de suspiciune față de regimul socialist în general şi față de politicile lui privind alimentația publică în special în anii de penurie '80. Atitudinile față de alimente sunt generate de relația indivizilor cu diferite instanțe relevante, cum ar fi statul şi piața (Humphrey 1995), sau cu părerea experților (Warde 1997). Chiar dacă atitudinile nu sunt preluate în mod direct din media, tematizările mediei apar ca probleme sau cadre de percepție şi la nivelul practicilor. În definitiv, ceea ce aflăm din media sunt de fapt valorizări ale unor practici care pot fi acceptate sau întâmpinate cu rezistență.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 3. Relaţia dintre consumul alimentelor naturale şi al alimentelor de tip fast-food (%)

		Alimente de tip fast-food					Total
		Zilnic	Săptă-mânal	Mai rar	Deloc	NŞ/NR	
Alimente naturale	Zilnic	3.53	18.39	52.64	24.43	1.01	100.00
	Săptămânal	8.73	22.22	51.98	17.06		100.00
	Mai rar	6.92	25.38	50.00	17.69		100.00

Putem presupune că, în cazul în care modelul de consum alimentar descris mai sus se fundamentează pe o alegere voită şi nu fortuită, ne putem aştepta ca principiul sănătăţii, despre care presupunem că stă la baza acestui model, să modeleze şi consumul altor bunuri. De exemplu, datele privind consumul de alcool, tutun şi cafea ar trebui să fie în relaţie de proporţionalitate inversă cu frecvenţele consumului de alimente sănătoase. Cu alte cuvinte, cei care aleg alimentaţia sănătoasă, adică consumul frecvent al legumelor şi al fructelor proaspete, se vor abţine sau vor consuma mai rar alcool, tutun sau cafea.

Datele din Tabelul 4 ne arată că în general tinerii maghiari sunt rezervaţi faţă de ceea ce s-ar putea numi, urmându-l pe Warde (Warde 1997), consumul de tip răsfăţ, consumul care se află în opoziţie cu o alimentaţie sănătoasă, dar care este privit ca o sursă de plăcere. Cafeaua, alcoolul şi tutunul (deşi nu se califică drept alimente) se consideră că ar aparţine categoriilor de bunuri controversate prin prisma tensiunii generate de valorile concurente ale sănătăţii şi plăcerii.

Comparând structura răspunsurilor cu cea referitoare la alimente, observăm că tendinţa dominantă în cazul consumului de alcool este dată de consumul ocazional, la fel ca în cazul alimentelor de tip fast-food. 44% dintre respondenţi consumă rar, iar aproape o treime dintre tineri sunt abstinenţi, neconsumând deloc alcool. Pentru cafea şi tutun avem o distribuţie total diferită a răspunsurilor. În cazul cafelei tendinţa dominantă este dată de consumul zilnic, iar în cazul tutunului, de non-consum. Ceea ce mi se pare interesant este concentrarea răspunsurilor la extreme şi procentajul foarte scăzut al consumului ocazional. Cafeaua este consumată zilnic de 60% dintre tineri, în timp ce doar 19% o consumă săptămânal sau mai rar. Aceeaşi structură a distribuţiei răspunsurilor

Material cu drept de autor

se regăseşte şi la tutun (o treime consumă zilnic, iar procentul celor care nu consumă frecvent este de 10%). Această distribuţie sugerează că, în opoziţie cu consumul de alcool, consumul de cafea şi de tutun reprezintă ceea ce ar putea fi numit consum de rutină, adică un consum frecvent şi regulat sau deloc. Cu alte cuvinte, rar putem întâlni fumător ocazional sau băutor de cafea ocazional. Se pare că tutunul şi cafeaua sunt produse care generează atitudini mai tranşante, de tipul ori-ori, decât alcoolul, care pare să fie consumat mai degrabă ocazional.

Tabelul nr. 4. Răspunsurile la întrebarea „În viaţa de zi cu zi cât de des consumaţi...?" (%)

	Zilnic	Săptămânal	Mai rar	Deloc	NŞ/NR
Cafea	*59.4*	6.4	12.4	21.7	0.2
Alcool	3.5	19.8	*44.4*	32.3	0.0
Tutun	35.1	2.2	7.5	*55.2*	0.0

Reluând problema alegerii reflexive şi consecvente a consumului pe baza principiului sănătăţii, putem afirma că, în linii generale, datele se prezintă conform aşteptărilor noastre, adică consumul alimentelor sănătoase se raportează faţă de consumul de cafea, alcool şi tutun în acelaşi mod cum se raportează faţă de alimentele de tip fast-food. Altfel spus, cu cât consumul de alimente sănătoase este mai frecvent, cu atât este mai rar consumul produselor nesănătoase sau nocive. De exemplu, ponderea abstinenţilor este mai mare în rândul celor care consumă zilnic legume şi fructe proaspete (35%) decât în rândul celor care consumă săptămânal (22.7%) şi invers, procentul care consumă alcool zilnic este mai mare în rândul celor care consumă legume proaspete doar săptămânal (3.8%) decât în grupul celor care consumă produsele din urmă în mod mai frecvent (2.8%) (Tabelul 5). Situaţia cea mai limpede o găsim în cazul consumului de tutun. Ponderea celor care fumează zilnic este mai mare în grupul celor care consumă legume şi fructe săptămânal decât în al celor care le consumă zilnic, iar evitarea fumatului se articulează invers. Cei care consumă zilnic legume şi fructe evită în proporţie mai mare fumatul decât cei care consumă mai rar (Tabelul 6). Aceste date par să confirme presupunerea noastră atât în privinţa existenţei unei problematici axate

Material cu drept de autor

pe sănătate, cât şi în privinţa opoziţiei care se constituie între produsele sănătoase şi cele care nu au această calitate.

Tabelele conţin însă şi date care se articulează diferit, în sens divergent faţă de cele expuse mai sus. Pe de o parte, observăm că gradul de evitare este net diferit pentru fiecare produs în cauză. Tabelul 4 arată că ponderea celor care au reţineri faţă de fumat este cea mai mare, de 55%, în timp ce abstinenţa în cazul alcoolului este o opţiune pentru o treime dintre respondenţi, iar proporţia celor care evită consumul de cafea se situează la cel mai scăzut nivel procentual, de 21%. Pe de altă parte, Tabelele 5, 6, 7 ne arată că relaţia fiecărui produs cu consumul de legume şi fructe proaspete este specifică. În timp ce pentru consumul de tutun tendinţa dominantă se modifică în relaţie cu consumul de legume şi fructe, în cazul cafelei şi al alcoolului tendinţa dominantă – consumul zilnic, respectiv mai rar – rămâne practic neschimbată, indiferent de frecvenţa consumului de fructe şi legume proaspete.

Faptul că tendinţele dominante în cazul cafelei şi al alcoolului nu se modifică ne îndeamnă la nuanţarea perspectivei asupra modului de formare a structurii alimentare. În cazul de faţă nuanţarea înseamnă introducerea unui al doilea principiu pe lângă cel al sănătăţii, şi anume cel al răsfăţului sau al consumului autoindulgent. Ponderile tendinţelor dominante la aceste două produse arată, pe de o parte, că alcoolul este considerat un răsfăţ ocazional, iar consumul de cafea, unul frecvent. Totuşi, principiul sănătăţii nu este dizolvat, pentru că tocmai frecvenţa consumului autoindulgent reproduce atributele din perspectiva sănătăţii ale celor două produse.

Tabelul nr. 5. Relaţia dintre consumul legumelor şi al fructelor proaspete şi consumul de alcool (%)

	Alcool				Total
Legume şi fructe proaspete	Zilnic	Săptămânal	Mai rar	Deloc	
Zilnic	2.8	16.6	45.0	35.6	100.0
Săptămânal	3.8	28.8	44.7	22.7	100.0
Total	3.5	6.4	12.3	21.8	100.0

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 6. Relaţia dintre consumul legumelor şi al fructelor proaspete şi consumul de tutun (%)

	Tutun				Total
Legume şi fructe proaspete	Zilnic	Săptămânal	Mai rar	Deloc	
Zilnic	32.6	1.7	8.2	57.5	100.0
Săptămânal	37.5	2.9	6.7	52.9	100.0
Total	34.9	2.2	7.6	55.3	100.0

Tabelul nr. 7. Relaţia dintre consumul legumelor şi al fructelor proaspete şi consumul de cafea (%)

	Cafea				Total
Legume şi fructe proaspete	Zilnic	Săptămânal	Mai rar	Deloc	
Zilnic	59.9	6.5	11.2	22.1	100.0
Săptămânal	57.8	6.1	15.0	21.1	100.0
Total	59.3	6.4	12.3	21.8	100.0

Din perspectivă diacronică, tendinţele consumului de alcool şi tutun sugerează o întărire şi o răspândire mai largă a consumului bazat pe considerente de sănătate. În ultimul deceniu asistăm la o diminuare a ponderii celor care fumează şi consumă băuturi alcoolice printre tinerii maghiari cu vârsta cuprinsă între 18-29 de ani. Azi sunt mai puţini cei care fumează ocazional sau zilnic şi mai mulţi cei care nu fumează deloc (Tabelul 8). Consumul de alcool are aceeaşi tendinţă. Atât tendinţa dominantă (consumul mai rar), cât şi cele periferice indică o accentuare a abstinenţei şi a evitării alcoolului.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 8. Cât de des fumați? (Tineri maghiari cu vârsta cuprinsă între 18-29 de ani în 2001 şi 2008) (%)

	Zilnic	Mai rar	Deloc
2001	37	13	50
2008	33	11	56

Tabelul nr. 9. Cât de des beți alcool? (Tineri maghiari cu vârsta cuprinsă între 18-29 de ani în 2001 şi 2008) (%)

	Zilnic	Mai rar	Deloc
2001	5	70	25
2008	3	66	31

Dacă abordarea simbolică sau semiotică arată principiile sau valorile (în cazul nostru sănătatea pe de o parte şi plăcerea sau răsfățul pe de alta) care structurează comportamentul consumatorului, abordările socioculturale ale practicilor alimentare consideră că bucătăria, preferințele alimentare sau practicile de consum ale unui grup social pot fi explicate prin variații etnice sau regionale (Appadurai 1988; Mintz 2006), distincție (Bourdieu 1984) sau generație (Humphrey 1995; Warde 1997). Conform acestor perspective, ne putem aştepta la diferențe sistematice în practici de consum raportate la variabilele regiune, educație şi situație materială, vârstă. La nivelul întregii structuri alimentare aşteptările noastre sunt înşelate. Structura dominantă a consumului descris mai sus se reproduce aproape identic la nivelul grupurilor sociodemografice construite conform variabilelor sociodemografice (Tabelul nr. 10). Modelele uzuale de interpretare a diferențelor în preferințele sau în comportamentul grupurilor sociale nu par a aduce o explicație nici măcar parțială în cazul tineretului maghiar. Cel puțin la un prim nivel de analiză a structurii alimentare, regiunea, educația, statutul material sau generația nu par a influența în mod semnificativ structura consumului.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 10. Structura consumului în raport cu variabile sociodemografice

		Legume (zilnic)	Naturale (zilnic)	Fast-food (mai rar)	Alcool (mai rar)	Cafea (zilnic)	Tutun (deloc)
Vârsta	18-24	67	64	53	46	41	58
	25-29	68	66	53	44	65	53
	30-35	70	69	49	43	74	54
Nivel de educaţie	Generală	63	66	39	30	66	48
	Profesională	62	68	56	45	70	44
	Liceu	73	70	53	47	65	54
	Student	74	69	50	47	39	61
	Superior	65	56	58	46	59	65
Starea civilă	Necăsătoriţi	65	63	49	47	49	55
	Căsătoriţi	73	69	57	42	72	56
Copii	Nu au copii	65	63	50	47	51	54
	Au copii	74	72	55	40	73	58
Regiune	Secuime	71	54	53	47	60	52
	Partium	62	80	53	37	59	57
	Transilvania	69	76	49	46	58	59
Situaţia materială	Au probleme materiale	63	56	49	38	62	50
	Se descurcă făcând economii	68	70	52	44	60	53
	Se descurcă fără a face economii	71	68	54	47	58	59
Total		**69**	**66**	**52**	**44**	**59**	**55**

Chiar dacă la nivelul structurii de consum diferenţele sunt minime, la unele produse există diferenţe ce merită punctate. Diferenţele cele mai mari faţă de distribuţia medie a procentelor se înregistrează la consumul de cafea. Vârsta, educaţia, starea civilă, şi existenţa copiilor în familie influenţează consumul de cafea. Un alt produs a cărui distribuţie suferă anumite modificări de la un grup social la altul sunt alimentele naturale. Aici variabilele ce introduc cele mai mari diferenţe sunt regiunea şi situaţia materială.

Material cu drept de autor

Acest tip de consum (structură alimentară parțială) nu este exclusiv caracteristic tineretului maghiar şi nici chiar tineretului din România, ci se înscrie într-o tendință mai generală existentă în România postsocialistă. Datele[5] ANSIT 2008 arată că tinerii români manifestă în linii mari acelaşi comportament alimentar ca şi tinerii maghiari. Comparând practicile de consum alimentar ale tinerilor maghiar şi români, observăm că procentul celor care nu consumă alimente „sănătoase şi naturale" este similar în rândul celor două etnii. Toate frecvențele de non-consum se situează între 0 şi 1.4 procente pentru aceste produse (Tabelul 11). La fel, ponderea abstinenților este similară la cele două grupuri în cazul consumului de băuturi alcoolice şi țigări. Deşi există două categorii de produse (alimente fast-food şi cafea) unde ponderile nu sunt atât de apropiate ca în alte cazuri, locul lor în structura alimentară este acelaşi. Adică aceste diferențe nu schimbă faptul că structura consumului este similară în rândul celor două etnii, mai ales pentru că în cazul ambelor produse nu abstinența sau evitarea, ci consumul ocazional reprezintă tendința dominantă a cărei pondere ar arăta diferențe sau similitudini cu consumul mediu.

Tabelul nr. 11. Răspunsuri „deloc" la întrebarea „Cât de des consumați următoarele alimente?" (%)

	Deloc	
	Tineri români	Tineri maghiari
Legume şi fructe	0.56	0.1
Alimente naturale	1.40	1.0
Alimente fast-food	14.63	22.3
Cafea	16.45	21.7
Țigări	54.60	55.2
Alcool	33.87	32.3

5 Datele furnizate de cercetarea ANSIT pe toată populația tânără din România nu sunt întru totul comparabile cu datele cercetării desfăşurate pe populația tânără de naționalitate maghiară. Variantele de răspuns au fost formulate mai exact în cercetarea pe populația maghiară decât în cealaltă. În mod concret, variantele de răspuns în cercetarea pe populația maghiară erau: „zilnic", „săptămânal", „mai rar", „deloc", „ns", iar în chestionarul în limba română s-au utilizat variantele: „foarte des", „destul de des", „rar" „deloc", „ns", ceea ce ridică unele probleme privind gradul în care datele pot fi comparate. În mod paradoxal, ceea ce poate fi comparat fără probleme nu se referă la consum, ci, dimpotrivă, la non-consum. Textul de față ia în considerare doar răspunsurile „deloc" atunci când compară practicile de consum ale tinerilor maghiari cu practicile tinerilor români.

Material cu drept de autor

Aşadar, la nivelul întregii populaţii de tineri maghiar există o structură a consumului destul de bine conturată. Putem presupune că această structură este construită pe baza opoziţiei dintre sănătos şi nesănătos, cu o categorie, cafeaua, care poate fi considerată ambivalentă, opoziţie care determină frecvenţa consumului, tendinţele dominante şi gradul de evitare pentru fiecare produs în parte. Diferenţele regionale, de statut socioeconomic şi de generaţie din rândul tineretului maghiar nu sunt de natură să diferenţieze grupuri de consum la nivelul întregii structuri de consum date de produsele avute în vedere. Atât în rândul maghiarilor, cât şi în rândul românilor se menţine această structură. Pe un plan mai general, consumul de acest tip este conform cu tendinţele mai generale din România.[6] Datele pare să confirme diagnoza plastică a lui Mennel (Mennell 1995) „varietate mai mare, diferenţe mai mici".[7]

Observaţiile şi tentativele de interpretare incipientă de mai sus vor trebui nuanţate de cercetări viitoare. Datele anchetei sociologice şi lipsa cercetărilor din România nu ne permite să situăm aceste practici de consum într-o structură alimentară cuprinzătoare. Aceasta ar include mai multe produse, care cu siguranţă ar prezenta o imagine mai completă şi totodată mai diversificată a practicilor de consum alimentar. În al doilea rând, interpretarea ar putea câştiga în relevanţă dacă am avea date nu numai despre ce se consumă, ci şi despre contextul social al consumului. „Cu cine?, „când? şi „unde?" sunt întrebări la fel de relevante ca şi întrebările „ce?" şi „cât de des?". În acest sens, am găsi probabil diferenţe şi în privinţa accesului la diferite forme de consum alimentar, ceea ce, de fapt, ne-ar permite să legăm practicile de consum de structura socială, alături de câmpul semantic sau înţelesurile ataşate alimentelor.

6 Vezi, de exemplu, Stanciu 2004 sau seriile de timp pentru Consumul mediu anual la principale produse alimentare şi băuturi, pe locuitor (Anuarul statistic 2008, tabelul 4.28). Deşi acestea arată locul consumului de legume şi fructe în structura alimentară, respectiv cantitatea de produse consumate şi nu frecvenţa consumului, ele ne dau o idee despre dinamica comportamentului consumatorului, dinamică orientată spre direcţia consumului reflexiv axat pe considerente de sănătate.

7 „Increasing variety, diminishing contrast" în original.

Material cu drept de autor

Înzestrarea cu bunuri de folosință îndelungată

În contrast cu consumul de alimente, înzestrarea tinerilor cu bunuri de folosință îndelungată sau cu imobile este susceptibilă de a constitui un indicator semnificativ al statutului material, al capitalului economic şi astfel al poziției sociale ocupate de indivizi sau de grupuri în structura socială. În acelaşi timp poate indica, în contrast cu alimentele, accesul la bunuri de valoare în funcție de anumite caracteristici sociodemografice. Astfel, pe de o parte, diferențele existente în nivelul şi forma înzestrării materiale se pot traduce în diferențe structurale şi, în definitiv, în diferențe de oportunități şi perspective de viață. Cu alte cuvinte, înzestrarea cu bunuri de folosință îndelungată ne dă o idee asupra modului şi a măsurii accesului la obiectele care formează de fapt „nucleul dur" al inegalităților sociale. Dacă din perspectiva consumului de alimente vedem că diferențele se constituie mai puțin pe baza accesului dat de situația materială, în cazul bunurilor de folosință îndelungată deosebirile se constituie pe baza diferențelor de clasă. În mod substanțial, situația materială a indivizilor indică poziția lor socioeconomică, condițiile lor materiale.

În funcție de valoarea pecuniară, lista bunurilor vizate de ancheta sociologică poate fi divizată în două clase. Astfel, telefonul mobil, calculatorul, accesul la internet sunt bunuri cu valoare pecuniară scăzută. Ele formează o clasă de obiecte sau bunuri la care accesul nu este condiționat în mod fundamental de situația materială a individului. Pe de altă parte, categoria de bunuri care cuprinde maşina personală şi locuința proprietate personală are valoare pecuniară mare. Deținerea acestora este fără îndoială un semn al apartenenței la o clasă socială dată şi al capitalului economic deținut de posesorii acestor bunuri, iar accesul la aceste bunuri este mai strâns legat de capitalul economic al individului.

Tabelul nr. 12. Nivelul de înzestrare materială la tinerii maghiari (%)

	telefon mobil	calculator	internet	maşina personală	locuința proprietate personală
Maghiari	92	68	**54**	**35**	**44**

Produsele din clasa celor cu valoare materială scăzută sunt mai răspândite decât cele cu valoare înaltă. Cum era de aşteptat, practic toți ti-

Material cu drept de autor

nerii (91,6%) deţin telefon mobil. Este destul de mare şi procentul celor care au calculator personal (63%), respectiv internet la domiciliu (53%). 43% dintre tineri au locuinţă proprietate personală, iar ponderea proprietarilor de autoturism este de 35%.

Surpriza în această distribuţie este dată de infirmarea unei anumite aşteptări legate de ierarhia bunurilor, ierarhie la care ne-am fi aşteptat, luând în calcul valoarea de schimb, valoarea pecuniară a bunurilor respective. Din această privinţă, este clar că în general valoarea materială cea mai mare o are locuinţa, urmată de maşină, calculator şi telefon mobil. Ne-am aşteptat ca procentajul celor care deţin un anumit bun să scadă pe măsură ce bunul la care se referă întrebarea are o valoare de schimb mai mare. Totuşi, observăm o inversare a ierarhiei, în sensul în care procentul populaţiei care deţine o locuinţă proprietate privată este mai mare decât procentul celor care deţin o maşină proprietate personală, ceea ce ar putea însemna că accesul la locuinţă este mai uşor decât accesul la maşină proprietate personală ori că locuinţa are valoare socială mai mare.

Tabelul nr. 13. Înzestrarea cu bunuri de folosinţă îndelungată în funcţie de anumite date sociodemografice

		Telefon mobil	Calculator	Internet	Maşină	Locuinţă proprietate personală
Vârsta	18-24	95	76	62	18	21
	25-29	93	64	51	42	46
	30-35	87	63	47	49	67
Nivel de educaţie	Generală	75	21	13	20	43
	Profesională	88	51	28	32	52
	Elev	97	93	79	14	28
	Liceu	94	67	49	47	48
	Student	99	92	82	14	16
	Superioară	96	92	82	52	57

Material cu drept de autor

Ocupaţie	Angajat, lucrător intelectual	98	90	78	54	59
	Întreprinzător	95	80	63	62	69
	Lucrător în servicii	94	79	66	46	55
	Muncitor calificat	89	51	33	38	43
	Muncitor necalificat	90	41	27	21	38
	Elev	99	92	82	13	16
	Şomer	70	44	27	22	42
	Inactiv	85	44	25	35	53
Starea civilă	Necăsătoriţi	94	74	62	22	24
	Căsătoriţi	90	62	44	51	68
Copii	Au copii	94	73	61	27	29
	Nu au copii	88	61	41	49	68

Această caracteristică a structurii de bunuri aflate în proprietate se reproduce la nivelul fiecărui subgrup sociodemografic, cu două excepţii notabile: la muncitorii necalificaţi şi la elevi şi studenţi, în structura ocupaţională a tineretului maghiar. În al doilea rând, observăm că cea mai abruptă structură a înzestrării materiale o găsim la elevi şi studenţi, la categoria de vârstă cuprinsă între 18-25 de ani, la muncitori necalificaţi şi maiştri, la necăsătoriţi, fără copii (Tabelul 13). În aceste cazuri apare cea mai mare discrepanţă între procentele asociate cu bunuri cu valoare scăzută, respectiv cele cu valoare ridicată.

Într-o perspectivă diacronică, constatăm că nivelul de înzestrare materială a tineretului maghiar în ansamblul lui s-a îmbunătăţit. În comparaţie cu datele din cercetarea MOZAIK din 2001, se constată o creştere a procentului de tineri care deţin anumite bunuri. De exemplu, ponderea celor care deţin telefon mobil a crescut la categoria de vârstă cuprinsă între 18-29 de ani de la 30% la 94%, iar al celor care au calculator personal, de la 15% la 71%. Creşterea numerică a celor care deţin telefon mobil şi calculator personal poate fi pusă pe seama dinamicii pieţei acestor bunuri. Atât telefonia mobilă, cât şi tehnica computerelor s-a dezvoltat masiv în ultimul deceniu. Odată cu această dezvoltare, accesul la aceste bunuri a fost facilitat de expansiunea pieţei şi de ieftinirea produselor. Însă creşterea procentului celor care utilizează un autoturism indică probabil expansiunea clasei de mijloc în rândul tinerilor. Totuşi, pentru

Material cu drept de autor

a verifica această observație va trebui să vedem exact ce grup sociodemografic a avut contribuția cea mai mare la această creştere a proporției tinerilor care dețin autoturisme şi locuințe în contextul de creştere generală a procentului celor care dețin astfel de bunuri în populația totală a României. Dacă această creştere se datorează în primul rând creşterii procentului celor care dețin aceste bunuri în rândul specialiştilor cu studii superioare, al patronilor (categoria cu cel mai mare procent al celor care dețin maşină şi locuință), atunci teza conform căreia asistăm la o creştere numerică a clasei de mijloc (cel puțin din punctul de vedere al înzestrării materiale) se susține. Dacă nu este cazul, trebuie să ne orientăm către identificarea altor mecanisme de procurare a acestor bunuri (de exemplu, sub formă de moştenire sau cadou, ceea ce cu greu ar putea fi văzut ca semn al expansiunii clasei de mijloc în rândul maghiarilor).

Cum arată această structură a înzestrării materiale în comparație cu cea a tineretului român? Tabelul 12 arată că nivelul de înzestrare materială la tinerii maghiari este practic identic cu cel al tinerilor români. La bunurile cu valoare pecuniară scăzută ponderea tinerilor maghiari care dețin telefon mobil, calculator personal, internet la domiciliu şi maşină de serviciu este identică cu media pe țară. Există diferențe în ceea ce priveşte deținerea locuinței personale şi a autoturismului Deşi diferențele sunt mici, ele sunt importante, dată fiind relevanța bunurilor. Ponderea tinerilor maghiari care dețin locuință şi maşină este mai mare decât media pe țară.

Tabelul nr. 14. Nivelul înzestrării materiale pentru tinerii români şi maghiari (%)

	Telefon mobil	Calculator	Internet	Maşină personală	Locuință proprietate personală
Români	90	68	51	29	31
Maghiari	92	68	54	35	44

Similitudinea privind nivelul de înzestrare materială la maghiari şi români arată că minoritatea maghiară este una integrată în economia României. Situația lor infirmă teoriile care sugerează că etnicitatea este un element care influențează structura socială în sensul în care minori-

Material cu drept de autor

tățile dispun în general de un statut social inferior, prestează munci mai prost plătite şi, în consecință, pentru ei accesul la bunuri şi servicii este mai dificil. Datele noastre arată că nu este cazul tinerilor maghiari din România. Din acest punct de vedere maghiarii sunt integrați în societate şi etnicitatea nu reprezintă un factor de diferențiere în raport cu înzestrarea materială, cu accesul la bunuri. Toate acestea sunt oarecum surprinzătoare, pentru că datele recensământului din 2002 arată că ponderea maghiarilor cu studii superioare (peste 12 clase) este de 4,4%, față de media pe țară de 6,7% (INS 2004) (Kiss et al. 2008). Tot aşa, este mai mic şi procentul maghiarilor angajați în poziții de conducere, în administrație publică şi în sectorul financiar (Kiss et al. 2008). Totuşi, la capitolul înzestrare materială, media în rândul maghiarilor este egală sau mai mare decât cea la nivel național la toate bunurile despre care avem date, fapt ce indică participarea acestora la consum în aceeaşi măsură ca majoritatea.

Concluzii

În privința consumului alimentar, comportamentul tinerilor maghiari are o structură concretă şi diferențieri minime. Luând în calcul tendințele dominante din distribuția consumului pentru produsele de mai sus, putem descrie structura consumului dominant în rândul tinerilor maghiari. Această structură este caracterizată de consumul zilnic de legume şi fructe şi de alimente naturale (fără conservanți) şi cafea, consumul ocazional de alimente de tip fast-food şi de băuturi alcoolice şi evitarea țigărilor. Se pare că acest tip de comportament nu este influențat de gradul de acces la alimente. În loc de clasă sau statut, principiile generale de sănătos/nesănătos, rațional/indulgent sunt cele care par a guverna alegerile tinerilor. Pe de altă parte, clasa şi statutul sunt variabile care influențează nivelul de înzestrare cu bunuri de folosință îndelungată. Aici grupul tinerilor maghiari este diferențiat de nivelul de educație, ocupație şi vârstă. În această privință este demn de menționat modul în care se diferențiază grupul maghiarilor în interior şi comparativ cu majoritatea.

O concluzie mai generală privind studiul consumului este că analiza consumului trebuie să țină cont de natura produselor consumate.

Material cu drept de autor

Alimentația nu indică aceleaşi fenomene sociale ca şi înzestrarea cu bunurile materiale. Din acest punct de vedere, datele noastre confirmă observația mai multor cercetători, conform căreia nu se poate elabora o teorie generală a consumului fără a se ține seama de particularitățile produselor consumate. Deşi aceste nuanțări țin de componente particulare ale tipului de consum, componente ce nu puteau fi trecute în revistă în această descriere, structurarea diferită a consumului alimentar, pe de o parte, şi structurarea diferită a înzestrării materiale în raport cu bunuri materiale cu valoare mare, respectiv mai mică, pe de altă parte, întăresc această perspectivă.

Bibliografie

APPADURAI, Arjun
1988 How to Make a National Cuisine. Cookbooks in Contemporary India. *Journal for Comparative Study of Society and History* 30. (1) 3–24.

BOURDIEU, Pierre
1984 *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste.* Routledge and Kegan Paul, London.

CHELCEA, Liviu – LĂȚEA, Puiu
2004 Cultura penuriei: bunuri, strategii şi practici de consum în România anilor '80. In: NECULAU, Adrian (coord.): *Viața cotidiană în comunism.* Polirom, Iaşi, 152–174.

HUMPHREY, Caroline
1995 Creating a Culture of Disillusionment. Consumption in Moscow, a Chronicle of Changing Times. In: MILLER, Daniel (coord.): *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local.* Routledge, New York, 43–68.

KISS Tamás – BARNA Gergő – SÓLYOM Zsuzsa
2008 Erdélyi magyar fiatalok 2008. Közvélemény-kutatás az erdélyi magyar fiatalok társadalmi helyzetéről és elvárásairól. Összehasonlító gyorsjelentés (Tinerii maghiari din Transilvania 2008. Anchetă sociologică despre starea socială şi aşteptările tinerilor maghiari din Transilvania. Dimensiuni comparative). *Studii de atelier. Cercetarea minorităților naționale din România* 12.

Material cu drept de autor

MAZUR-STOMMEN, Susan
2003 Christmas Foodways and Ritual in Northern Germany. Distinctions East and West of the former Border. *Eastern European Anthropology Review* 21. (1).
MENNELL, Stephen
1995 *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present.* University of Illinois Press.
MINCU, Iulian
1978 *Alimentaţia raţională a omului sănătos.* Editura Medicală, Bucureşti.
MINTZ, Sidney
2006 Food at Moderate Speeds. In: WILK, Richard (coord.): *Fast Food/Slow Food. The Cultural Economy of the Global Food System.* Altamira Press, New York, 3–11.
STANCIU, Mariana
2004 Caracteristici definitorii ale modelului de consum mediu românesc actual. *Calitatea vieţii* XV. (1–2) 1–19.
VERDERY, Katherine
1994 *Compromis şi rezistenţă. Cultura română sub Ceauşescu.* Humanitas, Bucureşti.
WARDE, Alan
1997 *Consumption, Food and Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture.* Sage, London.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

Gina ANGHELESCU

Străinătatea în 3D: dispoziții, distincții şi similitudini între tinerii maghiari din Transilvania şi tinerii români

Introducere

În acest studiu vom analiza maniera în care tinerii maghiari, cei români şi tinerii români din Transilvania se raportează la străinătate. Cât de larg răspândit este interesul pentru a merge în altă țară, pentru ce, cum îi putem descrie pe aceşti tineri din perspectivă structurală şi cât de diferiți sunt de cei care au trăit deja experiența cu străinătatea?

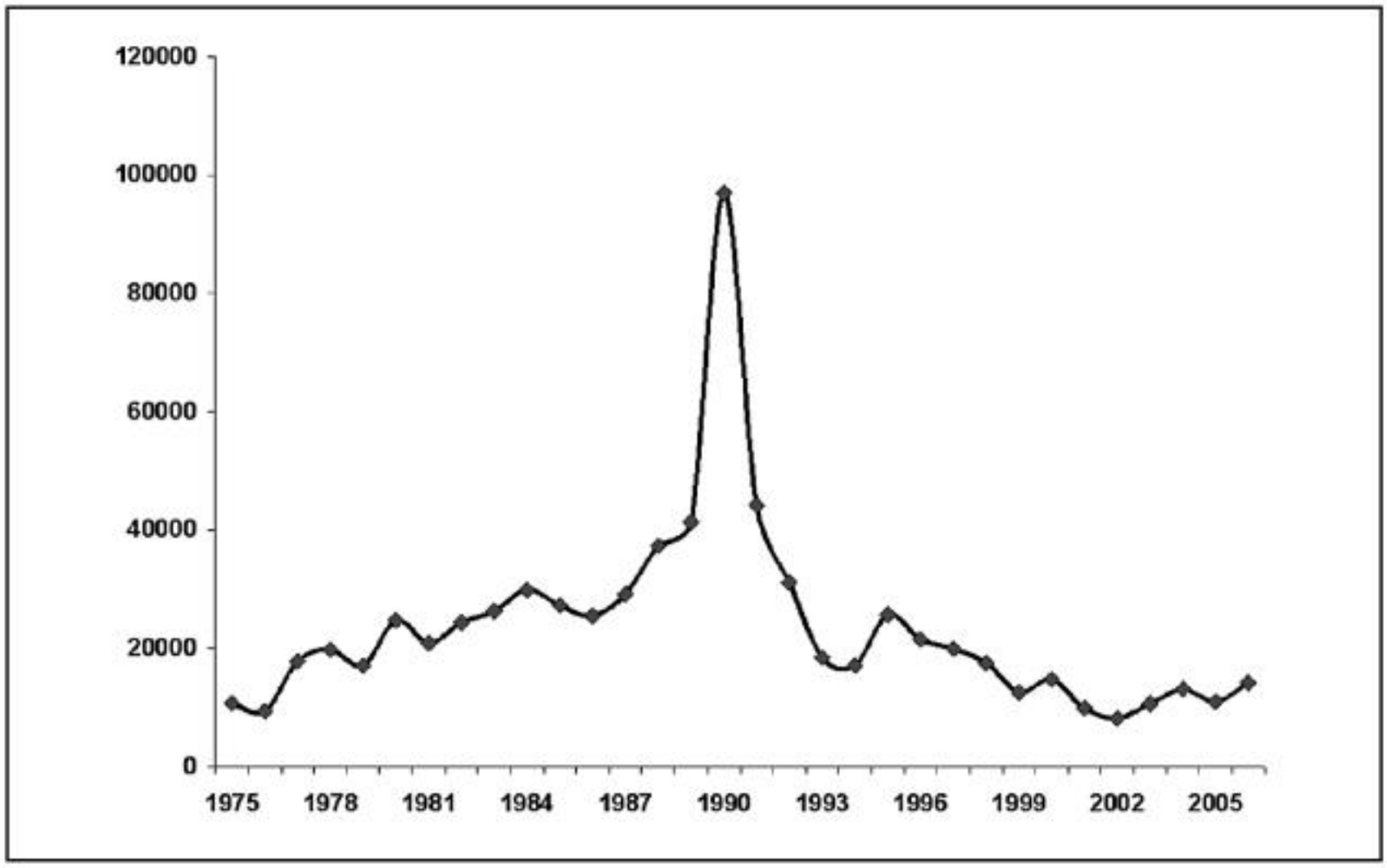
În cadrul anchetei sociale am utilizat două baterii de întrebări. Prima s-a referit la experiența migrației, adică a investigat dacă tinerii au fost deja în străinătate pentru turism, studii, muncă, pentru cumpărături/afaceri, pentru a vizita prieteni/rude. În a doua baterie de întrebări am întrebat despre intențiile de migrare (potențialul de migrare).

Pentru contextualizarea rezultatelor descrise în studiu vom prezenta câteva aspecte ale migrației internaționale din România. În 2006, numărul persoanelor adulte plecate la muncă în străinătate era estimat la un minim de 777 200 (Sandu 2006). Alte surse indică cifre care variază între 1,2 şi 2 milioane (CNDP 2006; IOM 2008). În statisticile oficiale, pentru perioada 1990–2006 sunt înregistrați 386 827 de cetățeni români care şi-au stabilit domiciliul în străinătate, ceea ce nu pare a fi foarte diferit de perioada anterioară (1975–1989), când au emigrat 361 463 de cetățeni

Material cu drept de autor

români (INS 2006, 2007). Nu ştim dacă şi în ce grad aceste două categorii se intersectează, nu ştim câţi au plecat la muncă şi au decis ulterior să se stabilească acolo, la fel cum nu ştim câţi şi-au stabilit domiciliul în străinătate fără ca aceasta să figureze în statisticile oficiale româneşti.

Figura 1. Cetăţeni români stabiliţi oficial în străinătate între 1975–2006



Sperăm că următorul recensământ va lămuri diferenţele între aceste două surse de cunoaştere;[1] până atunci avem în atenţie rezultatele anchetei *Locuirea temporară în străinătate* (LTS), anume că 30% dintre gospodăriile României aveau în componenţă, în 2006, cel puţin o persoană care fusese sau era plecată în străinătate. Pentru munca în străinătate avem *diferenţe structurale de vârstă, de gen, de rezidenţă*: au plecat la mun-

1 Accesul la informaţie în ceea ce priveşte migraţia este mai facil la extremele intervalului: la un capăt sunt persoanele care au muncit în străinătate, dar au revenit şi la celălalt, persoanele despre care avem confirmarea, oficial, că şi-au stabilit domiciliul în străinătate. Studiile în care sunt obţinute date despre toţi membrii gospodăriei, cele realizate cu emigranţii români în ţara de destinaţie au suplinit tocmai lipsa de informaţii despre tipurile intermediare.

Material cu drept de autor

că în altă țară tinerii mai mult decât adulții și vârstnicii; bărbații mai mult decât femeile; tinerele de 18-29 de ani din rural mai mult decât cele din urban; femeile mature din urban (de 30-59 de ani) mai mult decât cele din rural; bărbații de 18-59 de ani din rural mai mult decât cei din urban; mai avem diferențe între categoriile sociodemografice date de rezidența într-o regiune sau alta, dar și diferențe care au apărut, cu timpul, în interiorul aceleiași categorii (în anumite regiuni interesul pentru o anumită țară de destinație s-a schimbat) (Sandu 2006: 18-19).

Despre cei care figurează în statisticile oficiale românești că și-au stabilit domiciliul în străinătate știm că există *diferențe structurale de vârstă și gen*, însă sensul este contrar: numărul persoanelor din grupa de vârstă 26-40 de ani a fost constant mai ridicat decât cel al persoanelor de 18-25 de ani; și, pentru fiecare din anii 2002-2006, numărul femeilor care și-au stabilit domiciliul în străinătate a fost mai ridicat decât cel al bărbaților.

Ne așteptăm ca aceste tendințe să se regăsească și în analizele pentru care universul cercetării este format din tineri,[2] chiar dacă vom adăuga termeni de referință noi și, implicit, rezultatele vor fi mai nuanțate. Principial, interesul tinerilor pentru străinătate a evoluat odată cu redefinirea spațiului de oportunități: confirmările legate de comerțul transfrontalier sau cele despre faptul că se pot câștiga mai mulți bani într-o altă țară, vizibilitatea programelor de burse pentru studenți, ofertele agențiilor de turism. În continuare vom analiza în ce măsură accesul la aceste oportunitățile a rămas unul diferențiat.

În 2003, conform Barometrului Tineret, 36% dintre tinerii de 15-29 ani aveau în intenție să plece din țară și alți 11% erau nehotărâți.[3] Nu vom evidenția câți dintre aceștia erau interesați de turism sau de muncă temporară, ci ne vom raporta la totalul eșantionului: 8% dintre tineri aveau în intenție să plece din țară pentru turism, 5,5% pentru studii, 30% pentru a munci și 6% definitiv. La distanță de 5 ani, în 2008, pentru aceeași grupă de vârstă, aveam următoarea situație: 52% intenționau să plece în străinătate pentru turism, 14% pentru studii, 33% pentru a munci, și 11% definitiv.[4]

2 În Barometrele Tineret realizate până în 2006 s-au folosit eșantioane reprezentative pentru populația de 15-29 ani din România. Pentru 2007 și 2008 intervalul de vârstă a fost lărgit (14-35 ani).

3 Eșantionul a fost format din 1100 de persoane, cu o marjă de eroare în ceea ce privește reprezentativitatea de +/-2.9%, la o probabilitate de 95%. Criterii de stratificare: 7 provincii istorice plus Bucureștiul și tipul de localitate (4 pentru urban și 2 pentru rural); selecție probabilistă a localităților și a persoanelor.

4 Eșantionul a fost construit să fie reprezentativ pentru tinerii de 14-35 ani din România, cu o eroare tolerată de +/-2,8%, la o probabilitate de 95%. Criteriile de stratificare au fost:

Material cu drept de autor

Tendințe în mobilitate pentru tinerii din România – primul nivel de analiză

Pentru comparațiile tineri maghiari – tineri români vom avea două axe de referință: național şi regional.[5] Vom lucra cu eşantioane de tineri a căror vârstă este cuprinsă între 18-35 ani, deoarece eşantionul de tineri maghiari din Transilvania a fost construit să fie reprezentativ pentru această grupă de vârstă.

Tabelul nr. 1. Distribuția grupelor de vârstă în cele trei eşantioane

Grupe de vârstă	Tineri maghiari din Transilvania	Tineri români din Transilvania	Tineri români din România
18-24	448	192	372
	37,2%	43,1%	43,9%
25-29	339	103	214
	28,2%	23,1%	25,2%
30-35	416	150	262
	34,6%	33,7%	30,9%
Total	1202	445	848
	100%	100%	100%

Asemănarea între cele două categorii de tineri se conturează în primul rând în ceea ce priveşte *intenția de a pleca la muncă în străinătate*: ponderea tinerilor maghiari care au aceste preocupări este de 32%, iar cea a tinerilor români, de 29%. Se pare că în privința turismului, a stu-

7 provincii istorice plus Bucureştiul şi tipul de localitate (4 pentru urban şi 2 pentru rural); gospodăriile au fost alese după metoda drumului aleator. Din acest eşantion am selectat, pentru comparație, grupa de vârstă 15-29 ani, rezultând 859 de persoane.

5 Din bazele de date corespunzătoare Barometrelor Tineret 2008, respectiv 2007 am extras câte un eşantion comparabil (pentru vârsta 18-35 ani) cu cel folosit în studiul „Tinerii maghiari din Transilvania, 2008". În eşantionul de tineri maghiari au fost incluse persoanele din Bihor, Braşov, Cluj, Covasna, Harghita, Maramureş, Mureş, Satu Mare, Sălaj, Timiş, astfel că am păstrat aceleaşi coordonate şi pentru eşantionul de tineri români din Transilvania – însă avem o slabă reprezentare a tinerilor români care locuiesc în Covasna şi Harghita. Au rezultat: un eşantion de tineri români din România (848 persoane, anul 2008), un altul de tineri români din Transilvania (445 persoane, anul 2007) şi, bineînțeles, cel în care sunt incluşi tinerii maghiari (1202 persoane).

Material cu drept de autor

diilor în străinătate, respectiv a intenției de a rămâne definitiv în străinătate există diferențe regionale semnificative. Se vede clar că la tinerii din Transilvania – indiferent de etnie – aceste fenomene sunt mai accentuate.

Tabelul nr. 2. Plănuiți să mergeți în străinătate... ? Procentul răspunsurilor „da"

	Tineri din România	Tineri români din Transilvania	Tineri maghiari din Transilvania
...pentru turism?	50,0	66,5	65,2
...pentru studii?	9,1	16,9	15,4
...definitiv?	9,4	13,4	13,5
...pentru muncă (temporar)?	28,8	30,1	32,6

Analizând practicile din trecut, am fost interesați şi de experiența de migrare a grupelor de vârstă în cauză.

Tabelul nr. 3. În ultimii ani...? Procentul răspunsurilor „da"

	Tineri din România	Tineri români din Transilvania	Tineri maghiari din Transilvania
Ați lucrat în străinătate?	14,2	15,0	23,6
Ați fost ca turist în străinătate?	27,7	39,9	57,9
Ați studiat în străinătate?	1,2	2,3	9,1
Ați fost în vizită la rude, prieteni în străinătate?	14,9	26,0	41,0
Ați călătorit în străinătate în interes de muncă?	13,3	23,3	11,1
Ați fost în străinătate pentru cumpărături?			25,7
Cineva din familie lucrează, a lucrat în străinătate?	33,4	39,3	40,4

Material cu drept de autor

Tipuri specifice de mobilitate – al doilea nivel de analiză

La următorul nivel de analiză ne-am întrebat cum se structurează practicile de migrație în interiorul diferitelor grupuri de tineri. În acest scop am efectuat o analiză factorială (analiza componentei principale cu metodă de rotație *Equamax*).

Tabelul nr. 4. Structura factorilor pentru diferitele forme ale potențialului și ale experienței de migrație

	Tineri maghiari din Transilvania	Tineri români din Transilvania	Tineri români din România
A fost în străinătate ca turist	**0,77**	**0,86**	**0,77**
A fost în străinătate pentru a-şi vizita rudele/prietenii	0,53	0,44	0,65
Intenționează să plece în străinătate ca turist	0,41	0,37	
A fost în străinătate pentru studii	0,32	0,41	
Intenționează să plece în străinătate pentru studii	**0,57**	**0,76**	
Intenționează să plece în străinătate pentru muncă	0,58	**0,64**	0,58
Intenționează să plece în străinătate definitiv	0,54	0,36	0,45
A fost în străinătate pentru muncă	**0,51**	0,34	0,65
Cineva din familie a lucrat în străinătate		0,39	0,41
A fost în străinătate pentru cumpărături/ afaceri	0,48	0,54	0,46

Material cu drept de autor

Variația explicată	31%	34%	35%
	Determinant = 0,21 KMO = 0,67 χ^2= 1656 df 55	Determinant = 0,27 KMO = 0,66 χ^2= 534 df 45	Determinant = 0,23 KMO = 0,68 χ^2= 1078 df 45
Legenda	F1 = 13%	F1 = 14%	F1 = 17%
	F2 = 10%	F2 = 10%	F2 = 9%
	F3 = 8%	F3 = 9%	F3 = 9%

**Cu aldin sunt evidențiați indicatorii cu cel mai mare aport pentru respectivul factor*

În cazul tinerilor maghiari avem întâi categoria celor care au avut deja experiență cu străinătatea în calitate de turişti sau pentru vizite la rude/prieteni, apoi a celor care intenționează să plece din țară (pentru studii, pentru muncă, definitiv) şi a celor care au muncit în străinătate sau au fost pentru cumpărături. Aceşti factori pot fi numiți loisir, separare şi pragmatism.

În cazul tinerilor români din Transilvania se păstrează categoria celor care au avut deja experiență cu străinătatea în calitate de turişti, însă următoarele două categorii sunt structurate în funcție fie de preocuparea pentru studii, fie de interesul pentru alte câştiguri financiare şi alt nivel de trai (intenționează să plece pentru a munci, au rude care au muncit în străinătate, intenționează să plece definitiv). În acest caz am diferențiat între următorii factori: loisir, formare profesională, pragmatism şi separare.

La nivel național avem categoria celor care au fost în străinătate ca turişti, apoi a celor care au muncit deja în străinătate şi cea de-a treia, a celor care intenționează să plece fie pentru muncă, fie definitiv. Factorii sunt: loisir, pragmatism şi separare.

Determinanți pentru mobilitate – al treilea nivel de analiză

Cine sunt tinerii pentru care străinătatea constituie o miză distinctă în această etapă de viață? Există diferențe structurale de gen, de vârstă, de rezidență, de statut profesional, de venituri între ei şi cei care nu sunt interesați în vreun fel de altă țară? Şi, dacă da, cu ce intensitate? Vom

Material cu drept de autor

prezenta în această secțiune o serie de modele prin intermediul cărora am identificat care dintre variabilele structurale menționate au valoare explicativă pentru fiecare tip de mobilitate în parte. Am optat pentru metoda regresiei multinomiale, astfel încât să avem informații despre aportul fiecărei subcategorii la modelul final. Pentru a compara rezultatele, am preferat să lucrăm cu indicatorii simpli, așa cum apar în chestionarul de anchetă. În tabelele de mai jos am introdus variabilele care au un efect semnificativ asupra grupurilor de tineri.

Astfel, valabil atât pentru tinerii maghiari, cât și pentru cei români este că au fost în străinătate ca turiști cei cu venituri ridicate, din urban. Pentru eșantionul național s-au mai diferențiat tinerii din Vest, Nord-Vest și București-Ilfov și cei care sunt activi profesional. Pentru eșantionul de tineri maghiari se păstrează diferențierea regională[6] (Vest și Nord-Vest), însă raportat la statutul ocupațional se disting și elevii/studenții.

Și pentru intenția de a pleca în străinătate ca turist (atât maghiari, cât și români) se diferențiază cei cu venituri ridicate, din urban, însă avem de adăugat categoria elevilor/studenților și a celor activi profesional. Apoi, pentru eșantionul național s-au mai diferențiat tinerii din Vest, Nord-Vest, Centru și București-Ilfov, iar pentru primele două regiuni menționate se păstrează diferențierea și în eșantionul de tineri maghiari.

Tabelul nr. 5. Profilul tinerilor care au fost în străinătate ca turiști (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Ați fost în străinătate ca turist?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	,663	48,253	1,884**	,551	13,796	1,734**	,864	50,392	2,373**
Inactivi profesional	-,589	11,678	,555**				-,178	,420	,837
Elevi/studenți	,505	8,273	1,656**				-,617	7,180	,540**
Activi profesional	0	.	.				0	.	.

6 Pentru a avea un numitor comun cu eșantionul național, ne-am raportat la regiunile de dezvoltare. Astfel, în funcție de județele cuprinse în eșantion, pentru regiunea Centru avem Brașov, Covasna, Harghita, Mureș; pentru regiunea Nord-Vest avem Bihor, Cluj, Satu Mare, Sălaj; pentru regiunea Vest avem doar județul Timiș.

Material cu drept de autor

Rural	-,794	37,553	,452**	-1,087	16,794	,337**	-,601	9,165	,548**
Urban	0	.	.	0	.	.	0	.	.
Vest =0	-2,672	15,688	,069**				-1,268	18,050	,281**
Vest =1	0	.	.				0	.	.
Nord-Vest =0	-,394	9,065	,674**				-1,292	24,108	,275**
Nord-Vest =1							0	.	.
Bucureşti-Ilfov =0							-1,304	26,045	,272**
Bucureşti-Ilfov =1							0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.20 N= 1178 χ^2= 196.496 df=6			R^2 Nagelkerke = 0.13 N= 436 χ^2= 44.193 df=2			R^2 Nagelkerke = 0.23 N= 813 χ^2= 139.181 df=7		

Tabelul nr. 6. Profilul tinerilor care au intenţia să plece în străinătate ca turişti (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Intenționați să plecați în străinătate ca turist?	**Tineri maghiari din Transilvania**			**Tineri români din Transilvania**			**Tineri români din România**		
	B	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**
Venituri	,648	46,207	1,912**	,619	19,120	1,858**	,704	44,609	2,022**
Inactivi profesional	-,293	2,851	,746				-,621	7,211	,538**
Elevi/studenţi	,836	16,317	2,306**				,344	2,928	1,410*
Activi profesional	0	.	.				0	.	.
Rural	-1,146	69,479	,318**	-1,100	23,988	,333**	-,334	3,996	,716*
Urban	0	.	.	0	.	.	0	.	.
Vest =0	-1,613	8,645	,199**	.	.	.	-,930	10,752	,394**
Vest =1	0	.	.				0	.	.
Nord-Vest =0	-,282	4,112	,754*				-1,598	31,384	,202**
Nord-Vest =1	0	.	.				0	.	.

Material cu drept de autor

Bucureşti-Ilfov =0							-1,480	28,894	,228**
Bucureşti-Ilfov =1							0	.	.
Centru =0	.	.	.	.	.	.	-1,120	15,967	,326**
Centru =1	.	.	.	.	.	.	0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.23 N= 1157 χ^2= 211.410 df=6			R^2 Nagelkerke = 0.17 N= 436 χ^2= 60.231 df=2			R^2 Nagelkerke = 0.26 N= 813 χ^2= 176.504 df=8		

Pentru vizitele la rude/prieteni care locuiesc în străinătate, deşi, aşa cum a rezultat din analiza factorială, avem variaţie comună, modelul explicativ nu este similar cu cel pentru turism. Atât pentru eşantionul de tineri maghiari, cât şi pentru cel de tineri din România se diferenţiază doar cei cu venituri ridicate, din Vest şi Nord-Vest.

Tabelul nr. 7. Profilul tinerilor care au fost în străinătate pentru a vizita rude/prieteni (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Aţi fost în străinătate pentru a vizita rude/prieteni?	**Tineri maghiari din Transilvania**			**Tineri români din Transilvania**			**Tineri români din România**		
	B	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**
Venituri	,584	43,918	1,793**				,377	7,538	1,458**
Vest =0	-2,125	25,814	,119**				-1,151	17,781	,316**
Vest =1	0						0	.	.
Nord-Vest =0	-,665	28,049	,514**				-,918	8,171	,399**
Nord-Vest =1	0	.	.				0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.11 N= 1176 χ^2= 100.340 df=3						R^2 Nagelkerke = 0.06 N= 826 χ^2= 28.767 df=3		

În Barometrele Tineret avem o întrebare care se referă atât la cumpărături, cât şi la afaceri în străinătate, însă în studiul „Tinerii maghiari din Transilvania" indicatorii sunt separaţi. Astfel, în tabelul de mai jos vom compara călătoria pentru cumpărături şi afaceri a maghiarilor cu indicatorul sintetic pe care îl avem pentru români.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 8.1. Profilul tinerilor care au fost în străinătate cumpărături (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Aţi fost în străinătate pentru cumpărături?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	,771	48,544	2,163**	,421	5,901	1,523*	,713	20,396	2,040**
Rural	.	.	.	-,750	6,140	,472*	.	.	.
Urban	.	.	.	0	.	.	.	.	.
Vest =0	-1,256	68,836	,285**	-1,410	29,143	,244**	-1,391	22,571	,249**
Vest =1	0	.	.	0	.	.	0	.	.
Nord-Vest =0	-3,359	58,747	,035**				-1,632	24,624	,195**
Nord-Vest =1	0	.	.				0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.20 N= 1175 χ^2= 180.086 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.17 N= 435 χ^2= 50.762 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.14 N= 848 χ^2= 63.642 df=3		

Tabelul nr. 8.2. Profilul tinerilor care au fost în străinătate pentru afaceri (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Aţi fost în străinătate pentru afaceri?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	1,089	40,838	2,972**	,421	5,901	1,523*	,713	20,396	2,040**
Bărbaţi	1,418	38,337	4,127**						
Femei	0	.	.						
Rural				-,750	6,140	,472*			
Urban				0	.	.			
Vest =0	-1,781	21,022	,169**	-1,410	29,143	,244**	-1,391	22,571	,249**
Vest =1	0	.	.	0	.	.	0	.	.
Nord-Vest =0							-1,632	24,624	,195**
Nord-Vest =1							0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.19 N= 1174 χ^2= 118.455 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.17 N= 435 χ^2= 50.762 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.14 N= 848 χ^2= 63.642 df=3		

Material cu drept de autor

Tinerii maghiari care au fost în străinătate pentru cumpărături au venituri ridicate şi sunt din regiunile Vest şi Nord-Vest; la nivel naţional avem acelaşi model (de amintit că aici sunt cuprinşi şi cei care au fost în străinătate pentru afaceri); tinerii români din Transilvania care au fost în străinătate pentru cumpărături/afaceri sunt din Vest, din urban şi au aprecieri pozitive ale veniturilor.

În ceea ce priveşte afacerile în străinătate, modelul este unul specific, fără asemănări cu cele rezultate din analizele la nivel naţional sau macroregional: se disting aici bărbaţii din regiunea Vest, cu venituri mari.

Tinerii români care au fost plecaţi în străinătate pentru studii se regăsesc într-o manieră nesemnificativă, astfel că ne aşteptam să nu poată fi rulat niciun model explicativ. În ceea ce îi priveşte pe tinerii maghiari care au fost plecaţi pentru studii, aceştia sunt în special cei cu venituri ridicate, din mediul urban.

Tabelul nr. 9. Profilul tinerilor care au fost în străinătate pentru studii (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Aţi fost în străinătate pentru studii?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	,863	24,001	2,371**						
Rural	-,631	7,833	,532**						
Urban	0	.	.						
	R^2 Nagelkerke = 0.17 N= 1174 χ^2= 41.670 df=2								

Interesul pentru studii în străinătate este structurat diferit; fiecare dintre cele trei categorii de tinerii gestionează forme de capital diferite: tinerii maghiari care sunt interesaţi de studii în afara ţării au venituri apreciate ca fiind peste nivelul mediu, sunt din mediul urban, fete, studente, de 18-24 ani, din regiunea N-V. Pentru tinerii români din Transilvania avem aceeaşi structură în ceea ce priveşte ocupaţia şi mediul de rezidenţă. La nivel naţional, se diferenţiază doar cei de 18-24 ani, din regiunea N-V.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 10. Profilul tinerilor care intenționează să plece în străinătate pentru studii (model de regresie multinominală, variabile cu efect semnificativ)

Intenționați să plecați în străinătate pentru studii?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	,255	3,617	1,291**						
Inactivi profesional	,231	,723	1,260	-,250	,145	,779			
Elevi/ studenți	1,303	30,939	3,679**	2,058	32,545	7,828**			
Activi profesional	0	.	.	0	.	.			
Bărbați	-,671	13,130	,511**						
Femei	0	.	.						
Vârstă	-,537	16,058	,585**				-,800	22,539	,449**
Rural	-,880	20,563	,415**	-1,294	7,607	,274**			
Urban	0	.	.	0	.	.			
Nord-Vest =0	-,616	11,571	,540**				-1,365	20,687	,255**
Nord-Vest =1	0	.	.				0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.24 N= 1145 χ^2= 173.116 df=7			R^2 Nagelkerke = 0.24 N= 429 χ^2= 54.366 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.10 N= 834 χ^2= 42.639 df=2		

În ceea ce îi privește pe tinerii maghiari care au rude ce au muncit în străinătate, niciun model explicativ nu a fost validat. Raportat la eșantionul de tineri români din Transilvania, doar faptul de a locui în urban este determinant în structurarea acestei categorii de tineri, iar la nivel național se diferențiază atât tinerii inactivi, cât și cei activi profesional, din regiunile Nord-Vest, Nord-Est și Centru. Incongruența modelelor explicative se păstrează și pentru tinerii care au muncit în străinătate: în cazul celor maghiari se disting cei cu venituri ridicate, de gen masculin; pentru românii din Transilvania se diferențiază cei

Material cu drept de autor

activi profesional, din regiunea Vest; iar la nivel național se evidențiază atât cei inactivi, cât şi cei activi profesional, din regiunile Vest şi Nord-Est.

Tabelul nr. 11. Profilul tinerilor ale căror rude au muncit în străinătate

Cineva din familia Dvs. a lucrat în străinătate?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Inactivi profesional							,444	5,001	1,560**
Elevi/studenți							,204	1,155	1,226
Activi profesional							0	.	.
Rural				-,552	6,610	,576**			
Urban				0	.	.			
Nord-Vest =0							-,963	16,014	,382**
Nord-Vest =1							0	.	.
Centru =0							-,522	4,511	,593*
Centru =1							0	.	.
Nord-Est =0							-,480	5,653	,619*
Nord-Est =0							0	.	.
				R^2 Nagelkerke = 0.02 N= 442 χ^2= 6.808 df=1			R^2 Nagelkerke = 0.04 N= 828 χ^2= 24.914 df=5		

Tabelul nr. 12. Profilul tinerilor care au muncit în străinătate

Aţi fost în străinătate pentru a munci?	Tineri maghiari din Transilvania			Tineri români din Transilvania			Tineri români din România		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
Venituri	,260	9,885	1,297**						
Inactivi profesional				-,046	,021	,955	,651	7,587	1,918**
Elevi/studenți				-1,924	9,919	,146**	-1,638	11,935	,194**
Activi profesional				0	.	.	0	.	.

Material cu drept de autor

Bărbați	,978	45,211	2,660**						
Femei	0	.	.						
Vest =0				-,723	6,162	,485**	-,763	5,103	,466*
Vest =1				0	.	.	0	.	.
Nord-Est =0							-,894	13,012	,409**
Nord-Est =1							0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.07 N= 1197 χ^2= 57.632 df=2			R^2 Nagelkerke = 0.08 N= 432 χ^2= 22.542 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.11 N= 830 χ^2= 51.706 df=4		

Intenția de a pleca în străinătate pentru muncă constituie un aspect în legătură cu care avem identificate structuri clare în populație. Astfel, au aceste preocupări tinerii maghiari de până în 24 de ani, de gen masculin. Regăsim aceleași coordonate pentru eșantionul de tineri români din România, dar avem de adăugat că a locui în rural, în Nord-Vest, Vest, Centru și Nord-Est crește șansele ca o astfel de intenție să apară. Tinerii români din Transilvania care vor să plece în străinătate pentru muncă sunt în special bărbați, din regiunile Vest și Centru.

Tabelul nr. 13. Profilul tinerilor care vor să plece în străinătate pentru a munci

Intenționați să plecați în străinătate pentru a munci?	**Tineri maghiari din Transilvania**			**Tineri români din Transilvania**			**Tineri români din România**		
	B	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**
Vârstă	-,588	57,213	,555**				-,396	16,222	,673**
Rural							,498	9,184	1,645**
Urban							0	.	.
Bărbați	,472	13,209	1,603**	,395	4,045	1,485*	,468	8,244	1,598**
Femei	0	.	.	0	.	.	0	.	.
Nord-Vest =0							-,647	6,353	,524*
Nord-Vest =1							0	.	.
Vest =0				-,660	7,394	,517**	-,631	4,886	,532*
Vest =1				0	.	.	0	.	.
Centru = 0				-,694	8,545	,502**	-,605	3,837	,298*
Centru = 1				0	.	.	0	.	.

Material cu drept de autor

Nord-Est =0							-1,381	36,635	,251**
Nord-Est =1							0	.	.
	R^2 Nagelkerke = 0.08 N= 1138 χ^2= 72.649 df=2			R^2 Nagelkerke = 0.04 N= 438 χ^2= 15.685 df=3			R^2 Nagelkerke = 0.13 N= 769 χ^2= 75.320 df=7		

Tinerii români din Transilvania care vor să plece în străinătate pentru a se stabili acolo sunt din urban, au între 25 şi 35 de ani şi sunt din Vest; tinerii maghiari cu astfel de intenție sunt în special din urban, regiunea Nord-Vest. La nivel național nu s-a structurat niciun model explicativ.

Tabelul nr. 14. Profilul tinerilor care au intenția să se stabilească în străinătate

Intenţionaţi să plecaţi în străinătate pentru a vă stabili acolo?	**Tineri maghiari din Transilvania**			**Tineri români din Transilvania**			**Tineri români din România**		
	B	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**	**B**	**Wald**	**Exp(B)**
Vârstă				,455	6,445	1,576*			
Rural	-,701	14,793	,496**	-,911	5,957	,402			
Urban	0	.	.	0	.	.			
Nord-Vest =0	-,446	6,742	,640**						
Nord-Vest =1	0	.	.						
Vest =0				-,864	7,046	,421**			
Vest =1				0	.	.			
	R^2 Nagelkerke = 0.03 N= 1197 χ^2= 23.295 df=2			R^2 Nagelkerke = 0.08 N= 439 χ^2= 19.155 df=3					

Material cu drept de autor

Discuții

În interpretarea rezultatelor trebuie să ținem seama că datele noastre provin dintr-o anchetă sociologică ce a inclus în mod evident tinerii care se aflau în țară 'în momentul realizării interviurilor. Astfel, există șanse bune ca tinerii prinși în fenomenele migrației să nu fie cuprinși în anchetă. Despre ei, tinerii plecați, am fi putut culege informații de la membrii prezenți în gospodărie.

Experiența directă cu străinătatea sau dispoziția pentru turism, cumpărături, chiar și studii reprezintă o posibilitate reală doar pentru cei care dispun de resurse. Din punctul de vedere al comparațiilor, pentru aproape fiecare indicator am găsit determinanți comuni. Pentru cele trei axe de analiză, turismul este funcție de venituri și tipul de localitate (rural/urban), cumpărăturile în străinătate sunt funcție de venituri, iar intenția de a pleca la muncă este funcție de gen. Pentru axa tineri maghiari – tineri români (eșantion național) adăugăm următoarele puncte de convergență: turismul este potențat de statutul ocupațional și de rezidență, vizitele în străinătate sunt funcție de venituri și de rezidență, cumpărăturile în străinătate sunt funcție de rezidență, intenția de a pleca în străinătate pentru studii sau muncă este determinată de vârstă. Pentru axa tineri maghiari – tineri români din Transilvania avem și aceste puncte comune: intenția de a pleca la studii în străinătate este funcție de statut ocupațional și de tipul de localitate, intenția de a pleca definitiv este, de asemenea, funcție de tipul de localitate.

Specifică tinerilor maghiari este diferențierea de gen evidențiată în intenția de a pleca în străinătate pentru studii (în cazul fetelor) și în faptul de a fi fost plecați la muncă (în cazul bărbaților). În acest ultim caz se adaugă și diferențele de vârstă (25-35 de ani). Specific tinerilor români (cu referire la eșantionul național) este faptul că cei care au plecat pentru cumpărături și cei care au muncit în străinătate sunt structurați și în funcție de statutul ocupațional (activi în primul caz, inactivi și activi în cel de-al doilea). Această situație ne duce cu gândul la autonomia și la obligațiile sociale ale celor care nu mai sunt la școală. Alt determinant specific în cazul tinerilor care au intenția de a pleca în străinătate pentru a munci este mediul de rezidență. *Așadar, distinct pentru tinerii maghiari este că avem strategii de mobilitate structurate și în funcție de gen; în contrast, specific pentru tinerii români este că aceste strategii de mobilitate sunt funcție și de poziționarea în social pe care o presupune ocupația.*

Material cu drept de autor

Bibliografie

CNPD
2006 *Cartea verde a populației*. Comisia Națională pentru Populație și Dezvoltare, București.
IOM
2008 *Migration in Romania. A Country Profile 2008*. International Organization for Migration.
SANDU, Dumitru
2006 *Locuirea temporară în străinătate – migrația economică a românilor: 1990–2006.* OSI, (LTS) Raport de cercetare București.

Material cu drept de autor

ERCSEI Kálmán – KISS Zita – SZABÓ Júlia

Consumul de loisir, gradul de autonomie şi planurile de viitor ale tinerilor la Festivalul Peninsula din Târgu-Mureş

1. Introducere

Scopul studiului este de a prezenta unele elemente ale scenariului de loisir caracteristic tinerilor. Datele se bazează pe cercetările de la Festivalul Peninsula derulate anual din 2005. Pe de o parte, vom contura profilul şi statutul de consumator al tinerilor, dat de obiceiurile consumului de loisir. În al doilea rând, vom prezenta procesul prin care acest segment devine independent, iar în final vom încerca să schițăm planurile lor de viitor, precum şi imaginea pe care o au despre viitor.

Considerăm că analiza noastră poate fi articulată în contextul paradigmei prezentate în cadrul unor studii anterioare (vezi Veres 2000; Ercsei 2002, 2007; Kiss–Plugor–Szabó 2006), şi anume paradigma tranziției ciclurilor de viață, despre care susținem că oferă un cadru adecvat pentru analiza provocărilor globale cu care se confruntă tinerii şi pentru .analiza schimbărilor sociale de după schimbarea de regim, aşadar şi pentru analiza proceselor locale.

Material cu drept de autor

2. Expansiunea educației și consumul de loisir

Există mai multe abordări ale schimbării perioadei de tinerețe. În cazul de față adoptăm o abordare mecanică și ne referim la schimbarea perioadei de tinerețe ca la o tranziție între două perioade civilizaționale ale tinereții (*tinerețea de tranziție* dinaintea schimbării regimului și *tinerețea educațională* a societății postindustriale).

În *tinerețea de tranziție* tinerii sunt mai puțin independenți, această perioadă de viață fiind una de pregătire pentru câștigarea existenței și pentru viața de familie, păşirea pe un drum parcurs deja de generațiile precedente. Această tranziție reprezintă o perioadă caracterizată de transmiterea unidirecțională a un model unidirecțional, de alinierea tinerilor la societatea adultă. Tinerii sunt strâns legați de instituțiile adulților (loc de muncă, familie, vecini, comunitate religioasă și altele). Ei ocupă poziția socială a bobocilor, a începătorilor în spațiul vieții sociale, deținând roluri subordonate la locul de muncă, în familie și în societate, având responsabilități mai puțin importante. Relațiile dintre sexe pot fi privite ca fundamental tradiționale.

Față de acestea, *tinerețea educațională* este caracterizată de creşterea importanței capitalului cultural, a acumulării cunoştințelor școlare,[1] ceea ce implică prelungirea perioadei studiilor. Ca urmare, anumite evenimente biografice (încadrare în muncă, căsătorie, copiii) sunt amânate, iar altele au loc mai timpuriu (experiențe sexuale, distracție, călătorii în mod independent, statut de consumator specific). Creşte responsabilitatea tinerilor. Se schimbă mediile de socializare (locul mediilor de socializare tradiționale este preluat de media, de industria de consum, de grupul celor de aceeași vârstă), se schimbă și forma în care se transmit modelele (locul modelului unidirecțional adult-tânăr este luat de cel bidirecțional, adică de la adult la tânăr și de la tânăr la adult).

Cum am menționat mai sus, esența schimbării perioadei de tinerețe educațională este extinderea perioadei de tinerețe, creşterea perioadei petrecute în școală; se reduce controlul familiei și al altor instituții, iar simultan tineretul câştigă autonomie din ce în ce mai mare. Acest tip de autonomie creează un nou sistem de valori și un nou model cultural, orientat în primul rând spre consum și loisir (vezi Gábor 2006).

1 Expansiunea învățământului superior este indicatorul cel mai marcant al accelerării perioadei de tinerețe. (În România numărul celor înscriși în învățământul superior a crescut de cinci ori între 1990-2007, de la 190000 la 900000 de studenți.)

Material cu drept de autor

Toate acestea au numeroase caracteristici comune cu procesele derulate în cursul anilor '70-'80 în țările occidentale. Tranziția de la societatea industrială la cea postindustrială accentuează importanța consumului, ceea ce duce la creşterea importanței sociale a timpului liber. Prin urmare, cercetătorii din domeniul ştiințelor sociale aplicate şi-au îndreptat atenția către timpul liber ca problemă socială. Şcoala de la Birmingham susține că apariția spectaculoasă a culturii de tineret este strâns legată de apariția culturii de consum şi atrage atenția asupra schimbării condițiilor de petrecere a timpului liber şi a formelor de distracției (vezi Clarke – Jefferson 1973).

În cursul schimbării perioadei de tinerețe în Ungaria şi în Europa de Est a anilor '90, piața şi consumul dobândesc un rol determinant. Regimurile capitaliste anterioare erau caracterizate de lipsuri, posibilități limitate şi o puternică ierarhie socială. În contrast, societatea abundenței trece de la constrângere la căutarea experiențelor noi, la selecția dintr-o scală amplă a alternativelor şi relațiilor, la un amalgam al ierarhiilor verticale şi orizontale. Transformarea socială şi globalizarea au creat un scenariu al timpului liber pentru tineret. Scenariul timpului liber a fost favorizat de expansiunea învățământului mediu şi superior, de construirea statutului de consumator al tinerilor, de popularitatea posturilor comerciale de televiziune şi radio, respectiv de dezvoltarea industriei loisirului în rândul tinerilor. Scenariul este vizibil, la modul spectaculos în anumite locuri, cum sunt diferitele evenimente pentru tineret, festivalurile, care oferă în acest sens posibilitatea de a observa tinerii (mai ales cei care se constituie în modele) (vezi Gábor 2009).

Aşadar, considerăm că Festivalul Peninsula este un teren adecvat pentru analiza problemelor tineretului. Prin analiză sistematică sincronică şi diacronică avem posibilitatea de oferi nu doar constatări asupra situației tinerilor, dar şi observații despre tendințele conturate de seriile de timp.

Material cu drept de autor

3. Cadru metodologic: analize sociologice la Festivalul Peninsula

Prima analiză la Festivalul Peninsula[2] – de mărime mult mai mică față de Festivalul Sziget (Insula) cu caracter național-regional – s-a efectuat în anul 2005. Obiectivul cercetării a fost – urmând exemplul analizelor de la Festivalul Insula din Budapesta şi cel al cercetărilor în domeniu din România[3] – să prezinte profilul social şi cel de consumator al participanților la festival (mai exact, al tinerilor participanți), să descopere situația material-economică, educațională şi de familie a tinerilor, preferințele şi stilurile lor de consum, statutul lor de consumator; să analizeze formarea autonomiei private/existențiale, frecvența şi scopul călătoriilor în străinătate, planurile lor de viitor, preferințele şi cultura politică, nivelul de toleranță şi sistemul lor de valori.

Din punct de vedere metodologic, cercetarea s-a bazat pe două componente empirice. Prima, cartela de contact, a urmărit colectarea de date prin formulare de înregistrare în ziua „zero" şi în prima zi, cu scopul de a schița profilul sociodemografic al participanților cu bilet integral pentru toată durata festivalului. A doua componentă a fost ancheta propriu-zisă pe bază de chestionar, care, pe lângă colectarea datelor sociodemografice, a abordat şi problemele menționate mai sus. În cadrul anchetei, care acoperea toate zilele festivalului, am încercat să colectăm date atât de la participanții cu bilet integral (săptămânal), cât şi de la cei cu bilet pentru o zi.

Cercetarea din 2006 a reprodus identic (atât în privința conținutului, cât şi sub aspectul metodologiei) studiul din 2005. Diferența importantă față de analiza din 2005 a fost mărirea eşantionului. În anii 2007 şi 2008 s-au efectuat noi analize, cu accent pe problematici noi față de analizele anterioare şi cu o afinitate a conținutului mult mai mare față de analizele efectuate la Festivalul Sziget (Insula).

2 Festivalul Peninsula din Târgu-Mureş a fost organizat pentru prima oară în anul 2003 ca o continuare a taberelor studenţeşti de la Băile Homorod (judeţul Harghita). Festivalul ține patru zile şi are un program variat (programe muzicale, culturale, respectiv evenimente/concursuri de sport). Este organizat în ultima săptămână a lunii iulie.

3 În 2001 s-au colectat date la un eveniment studențesc de tip festival la Universitatea de Vară şi Tabăra Studențească de la Băile Tuşnad. Pentru rezultatele cercetării, vezi Ercsei–Kriza–Papp (2002), respectiv Ercsei–Geambaşu (2004).

Material cu drept de autor

Astfel, în 2007 – în cadrele metodologice anterioare – analiza s-a concentrat asupra reacției tinerilor față de globalizare și Uniunea Europeană, asupra percepției problemelor tinerilor și asupra statutului lor civic (privind relația lor cu sfera civilă, cu diferite organizații neguvernamentale și roluri adoptate de ei în această sferă). În 2008 – pe lângă regândirea tehnicii de contactare[4] – accentul s-a pus pe activitățile de loisir și pe consumul tinerilor.[5]

Tabelul nr. 1. Numărul de cazuri la colectare cu cartele de contact și chestionare, lungimea medie a interviurilor

	Cartele de contact - număr de caz*	Interviu-chestionar -număr de caz	Lungime medie interviu-chestionar (min.)
2005	2071 (2059)	645	36
2006	3237 (2907)	932	32
2007	2380 (1994)	945	37
2008	1875 (1040)	751	40

Sursă: Cercetări Peninsula 2005-2008
* În paranteză vezi numărul de caz al participanților cu bilet săptămânal din eșantionul de înregistrare.

În scopul eșantionării, teritoriul festivalului a fost împărțit în patru zone și trei perioade de timp (prima perioadă: 10-14; a doua perioadă: 14-18; a treia perioadă: 18-22). Astfel am reușit să obținem un sistem de

4 Prin colectarea datelor prin cartele de contact, în perioada 2005-2007, am încercat să abordăm integral participanții cu bilet săptămânal, așadar i-am rugat pe cei sosiți în zilele zero și unu ale festivalului să completeze foaia de contact (un formular de înregistrare solicitând cele mai importante date sociodemografice). Scopul datelor astfel colectate a fost de a controla datele sociodemografice de bază (ale participanților cu bilet săptămânal) din eșantionul de anchetă și, eventual, de a corecta aceste date prin ponderare. Pentru a avea posibilitatea de a corecta datele colectate prin chestionare, nu doar în cazul participanților pe întreaga săptămână, ci și în cel al participanților de o singură zi, și de a asigura o mai mare exactitate a măsurătorii noastre, în 2008 colectarea datelor prin formularele de înregistrare a fost efectuată concomitent cu ancheta.

5 Este de menționat că atât în 2007, cât și în 2008 am utilizat un mijloc de corecție adițional, și anume controlul datelor colectate prin chestionare pe baza statisticilor de vânzare a biletelor. Așadar în ceea ce privește datele colectate prin chestionar, în ambii ani s-a efectuat o ponderare în funcție de proporțiile zilnice și săptămânale ale vânzării biletelor, de tipul de bilet, de vârstă și etnie – pe baza ponderilor din eșantionul de înregistrare.

Material cu drept de autor

eşantionare în cadrul căruia alegerea participanților a fost efectuată după principiul eşantionării probabilistice. Interviurile au acoperit întreaga durată a festivalului.[6]

În cele ce urmează ne vom concentra asupra a trei problematici de care ne-am ocupat în cadrul cercetărilor de la Festivalul Peninsula: componentele culturii/consumului în timpul liber al tineretului, modelarea procesului de formare a autonomiei, imaginea/planurile de viitor ale tinerilor.

4. Consumul de loisir al tinerilor

Festivalurile joacă un rol aparte în viața tinerilor. În cazul festivalurilor putem analiza extinderea perioadei de tinerețe, din moment ce participanții provin atât din cele mai tinere, cât şi din cele mai în vârstă generații de tineret. Extinderea tineretului participant la festivaluri se datorează şi expansiunii sistemului educațional: acest fapt, respectiv statutul de consumator al tinerilor şi încadrarea lor în pătura socială de mijloc produc o „clasă de loisir" (*leisure class*) în rândul tineretului (vezi Gábor 2009).

În următoarele rânduri vom prezenta efectele schimbării perioadei de tinerețe asupra culturii de consum în rândul tineretului: ce poziție ocupă festivalul şi muzica în viața participanților, iar în afara festivalului, în general cât de des frecventează aceştia anumite locuri şi locații de distracție, respectiv cât de des apelează la anumite servicii, în funcție de cheltuielile lor în acest sens.

4.1 Cultura timpului liber

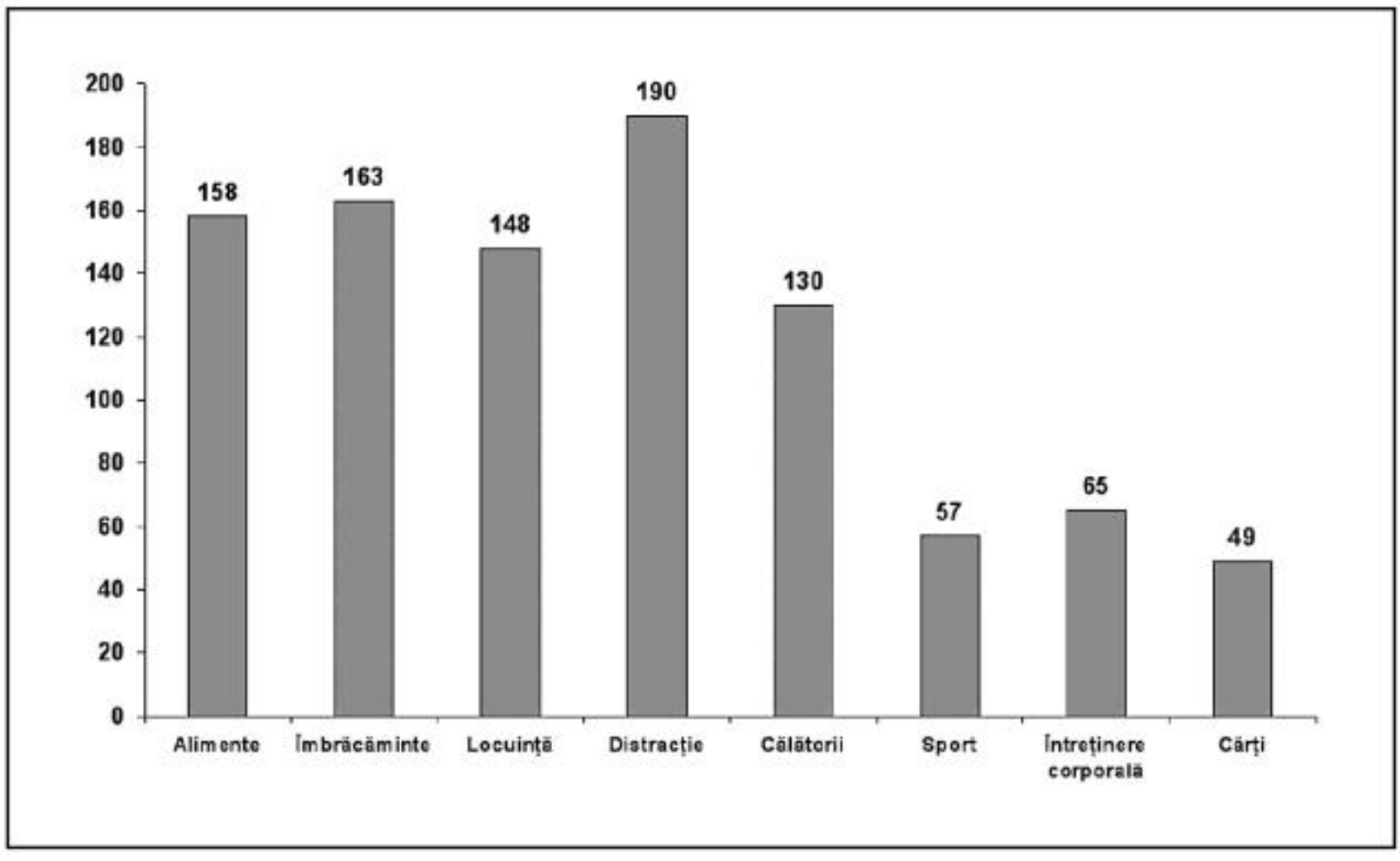
Înainte de analiza ocurenței cu care tinerii frecventează diferitele locuri de distracție, respectiv a culturii lor în privința consumului, considerăm că este necesar să conturăm situația lor materială, pentru că aceasta se constituie într-un factor determinant privind consumul de loisir al tine-

6 Membrii grupului de cercetare: Ercsei Kálmán, Kiss Zita, Plugor Réka, Szabó Júlia şi Veres Valér. Colectarea datelor a fost efectuată cu ajutorul studenților UBB de la specializările sociologie şi antropologie. Le mulțumim pentru eforturile depuse. Mulțumim totodată pentru susținerea din partea biroului de organizare Sziget Management, a Universității „Babeş-Bolyai", a Fundației Publice Illyés şi a Fundației EuroTrans, care au făcut posibilă elaborarea acestor cercetări.

Material cu drept de autor

rilor. Majoritate „locuitorilor Peninsulei" (85%) dispun de fonduri proprii pe care le administrează în mod independent. Această sumă provine de la părinți și atinge o medie lunară de 176 RON sau reprezintă un venit propriu, iar în acest caz ajunge chiar la 559 RON. Privind diferitele cheltuieli, într-o lună obișnuită, tinerii cheltuiesc majoritatea venitului lor pentru distracție (190 RON). Urmează suma cheltuită pe articole de îmbrăcăminte (163 RON), alimentele clasându-se doar pe locul trei. Întreținerea unei locuințe apare, de asemenea, ca o sumă considerabilă, dat fiind că majoritatea acestor tineri locuiesc în chirie. Cei mai puțini bani sunt cheltuiți pentru sport (57 RON), achiziția cărților (49 RON) și cosmetice (65 RON).

Figura nr. 1. Cât/câți lei ai cheltuit în medie lunar pentru următoarele în ultimele 6 luni? (N =751)



Sursă: Cercetări Peninsula 2008

În cursul unei ieșiri obișnuite de seară tinerii cheltuiesc aproape 50 de lei. În opinia noastră, situația materială și standardele de viață ale tinerilor s-au îmbunătățit, având în vedere și faptul că în ani precedenți tineri de aceeași vârstă cheltuiau mult mai puțin: în 2007 doar 29 RON, iar în 2006 nu mai mult de 27 RON într-o seară obișnuită.

Material cu drept de autor

Obiceiurile culturii de consum a tinerilor participanți la festival sunt complexe. Instituțiile reprezentative ale culturii de vârf (teatru, concert simfonic, operă) sunt vizitate doar în proporție redusă, 26.8% dintre tineri merg la teatru lunar şi 52.2% mai rar. Concertele simfonice şi opera au o popularitate şi mai scăzută, tinerii participând la evenimente de acest gen rar sau chiar deloc.

Cele mai îndrăgite şi cel mai des întâlnite forme de distracție sunt următoarele: cântatul la instrument, pictura, desenul, vizionarea filmelor artistice, respectiv excursiile în natură. Având în vedere faptul că majoritatea populației de bază provine din rândul liceenilor sau al studenților, trebuie să spunem că popularitatea bibliotecilor în rândul acestei populații este destul de scăzută. Doar 13.5% dintre tineri frecventează biblioteca săptămânal şi 26.1% lunar.

Tabelul nr. 2. Frecvența activității culturale (Cât de des frecventezi locurile de mai jos?) (N =746)

	De mai multe ori pe săptămână	Săptămânal	Lunar	Mai rar	Niciodată	Total
vizionezi filme artistice	**10,4**	**16,0**	19,6	34,4	19,6	100
te duci la teatru	1,2	4,4	**26,8**	52,2	15,4	100
te duci la concerte şi operă	1,3	2,0	13,9	42,5	40,3	100
te duci la dans popular	1,2	3,5	7,1	33,6	54,7	100
te duci la bibliotecă	4,6	**13,5**	**26,1**	35,9	19,9	100
cânți (la instrument)/ pictezi/ desenezi	**18,6**	**14,0**	10,3	19,9	37,2	100
scrii poezii sau proză	4,9	4,3	6,2	21,8	62,8	100
faci excursii (în natură)	**10,8**	23,8	40,1	23,3	2,0	100

Sursă: Cercetări Peninsula 2008

Material cu drept de autor

Cele mai populare locuri de distracție în rândul tinerilor sunt localurile; aproape jumătate dintre respondenți (46.8%) vizitează asemenea locații de mai multe ori pe săptămână. După puburi/localuri urmează cafenelele şi ceainăriile, frecventate săptămânal de 35% dintre tineri. Mallurile deschise în ultimii ani oferă un alt prilej de distracție şi petrecere a timpului liber, fiind vizitate săptămânal de 17% dintre tineri şi lunar de 26%.

Tabelul nr. 3. Frecvența activităților în timpul liber (Cât de des te duci la...?) (N =744)

	De mai multe ori pe săptă-mână	Săptă-mânal	Lunar	Mai rar	Nicio-dată	Total
puburi/localuri	**46,8**	31,6	9,5	9,3	2,8	100
cinema	1,9	4,3	22,8	48,1	22,9	100
malluri	7,1	16,9	**26,0**	34,6	15,4	100
discotecă	3,6	17,5	16,5	24,6	37,8	100
chefuri (acasă)	4,1	17,7	**38,3**	35,2	4,7	100
cluburi	6,0	**23,3**	24,2	31,3	15,2	100
party-uri	5,6	**24,4**	30,9	28,7	10,4	100
cafenele/ceainării	**34,9**	29,9	15,7	13,3	6,2	100
concerte de muzică uşoară	2,6	4,3	26,2	48,6	18,3	100

Sursă: Cercetări Peninsula 2008

Putem spune că pentru tinerii din acest eşantion, sportul şi cosmeticele nu prezintă o prioritate. Rezultatele din următorul tabel arată că 65.3% dintre tineri nu frecventează deloc săli de sport sau fitness, iar 61.1% nu apelează niciodată la servicii cosmetice. De asemenea, piscinele şi saunele sunt locații vizitate de puțini.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 4. Cât de des te duci la? (N = 743)

	De mai multe ori pe săptă-mână	Săptă-mânal	Lunar	Mai rar	Nicio-dată	Total
cosmetică, solar	0,8	2,1	16,5	19,5	**61,1**	100
piscină, saună	2,1	6,2	17,7	36,1	**37,9**	100
sală de fitness	4,0	3,0	5,5	22,2	**65,3**	100
biliard, darts, bowling	**5,7**	14,3	19,9	30,5	29,6	100
restaurante fast-food	7,1	**26,5**	20,1	34,3	12,0	100

Sursă: Cercetare Peninsula 2008

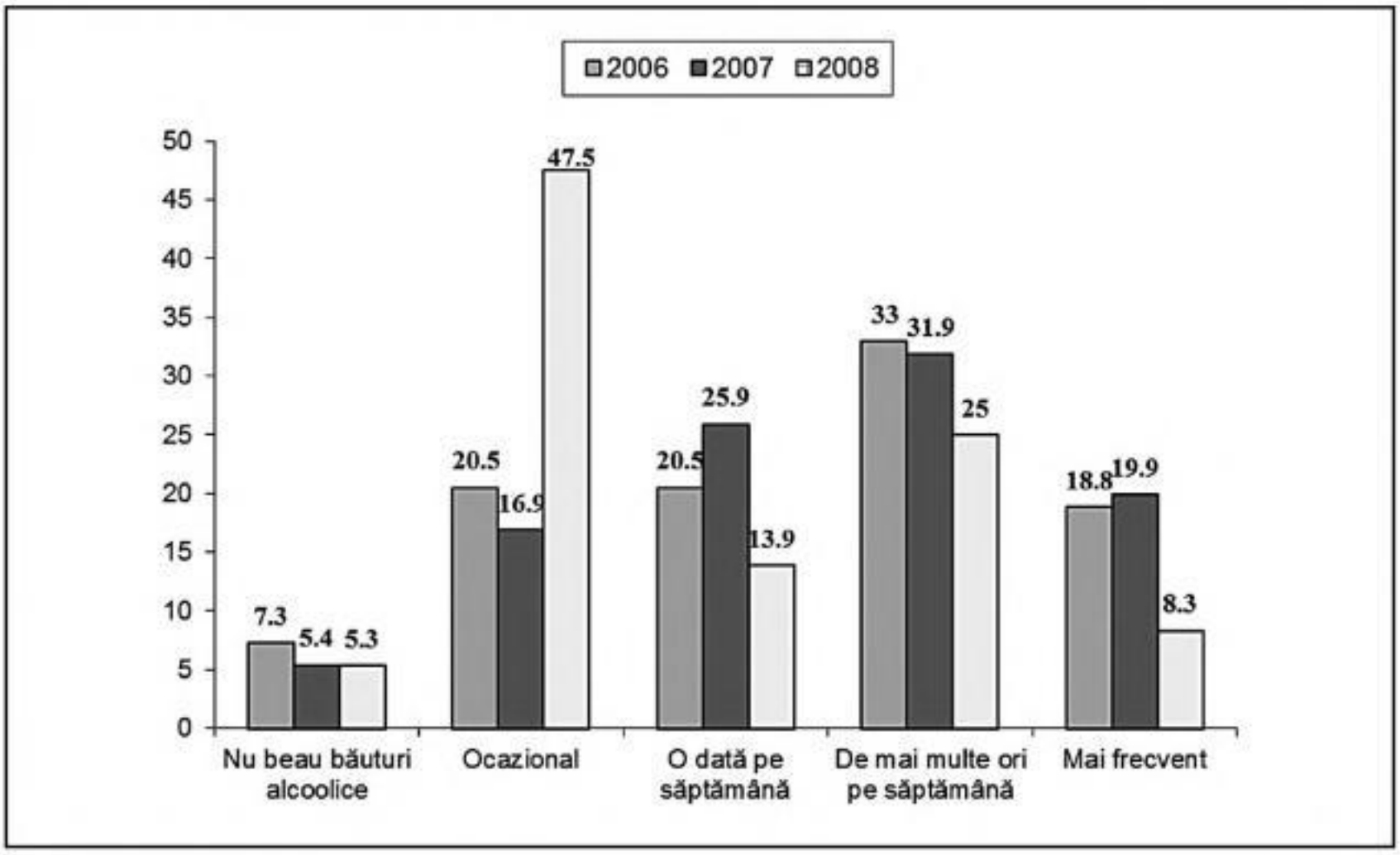
O parte indispensabilă a culturii tineretului şi a consumului în timpul liber o reprezintă aplicarea unor tehnici de reducere a stresului (alcool, ţigări, droguri) – ceea ce apare ca un factor important al vulnerabilităţii tinerilor. Creşterea intensităţii activităţii de loisir şi a consumului ataşat acesteia implică un factor crescut de risc şi vulnerabilitate.

Modificarea în funcţie de piaţă a activităţilor de loisir arată faptul că tinerii experimentează cu anumite activităţi de consum intensive la vârste din ce în ce mai fragede în comparaţie cu adulţii. Unele implică pericole reale, cum sunt consumul de alcool, de droguri şi de ţigări. Vulnerabilitatea tinerilor se discută în lumina formării unei societăţi a riscurilor. Statutul de consumator, format la vârste din ce în ce mai fragede, duce la o diferenţiere crescândă, iar în urma diferenţelor generaţionale, a inegalităţilor existente în societate din cauza dependenţei de piaţă, creşte şi distanţa socială între anumite grupuri ale tineretului, care produce diferenţieri semnificative şi în ceea ce priveşte activitatea în timpul liber. Vulnerabilitatea tinerilor este rezultatul crizei agenţilor integrării sociale şi consecinţa noilor forme ale individualismului (vezi Gábor 2009).

Examinând intensitatea consumului de alcool, în cazul tinerilor participanţi la Festivalul Peninsula, putem spune că aproape jumătate (47.2%) consumă alcool în mod regulat. 14% consumă alcool săptămânal, 25% de mai multe ori pe săptămână, iar 8% mai frecvent. În aceeaşi proporţie apare şi numărul celor care consumă alcool doar ocazional (47.5%).

Material cu drept de autor

Figura nr. 2. Consumul de alcool: Cât de des ai consumat alcool în luna trecută? (2006 - N =928, 2007 - N =943; 2008 - N =750)

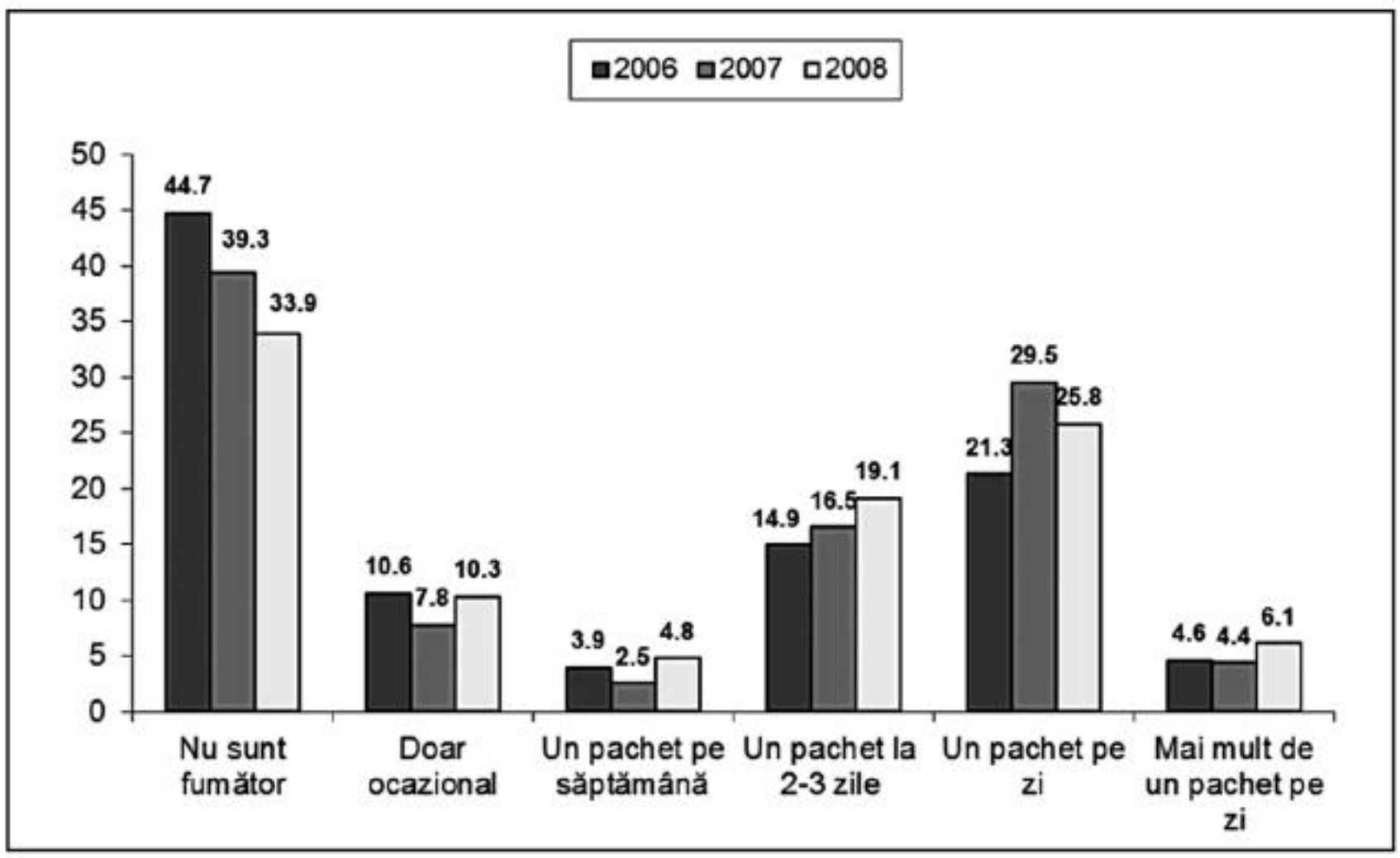


Sursă: Cercetări Peninsula 2006, 2007, 2008

Examinând obiceiurile legate de fumat, am constatat o intensitate ridicată a consumului în acest sens. Mai mult de jumătate dintre tinerii prezenți la Festivalul Peninsula fumează în mod regulat, și doar o proporție de 34% dintre tineri declară că nu fumează deloc. Obiceiurile legate de fumat arată diferențe semnificative în ceea ce privește sexele: băieții fumează mai frecvent decât fetele.

Material cu drept de autor

Figura nr. 3. Frecvența fumatului (2006 - N =931, 2007 - N =945; 2008 - N =745)



Sursă: Cercetări Peninsula 2006–2008

Examinând rezultatele cercetărilor efectuate în anii 2007, respectiv 2006, descoperim o descreştere a intensității consumului de alcool; în schimb se arată o creştere a numărului de fumători. În anul 2008 tabăra nefumătorilor s-a micşorat cu 10%: în anul 2005, 45% dintre tinerii prezenți la Festivalul Peninsula erau nefumători, în schimb în anul 2008 această proporție a scăzut semnificativ la 34%.

Analiza tehnicilor de reducere a stresului s-a extins şi asupra intensității consumului de droguri. Mai întâi, întrebarea s-a referit la cunoştințele, prietenii „locuitorilor festivalului": 62.5% dintre tineri au răspuns că au cunoştințe, prieteni care au încercat deja droguri, iar o treime dintre intervievați (35.3%) aveau deja experiența consumului de droguri. În acest caz, rezultatele cercetărilor anterioare sunt aproape identice; diferențele sunt de 1-2 puncte procentuale. Cel mai popular drog amintit este marijuana; în rest, o proporție infimă au amintit şi de extasy, cocaină sau LSD.

Material cu drept de autor

4.2. Cultura festivalurilor, parte integrantă a culturii timpului liber

Aproximativ două treimi dintre participanții la festival au bilete săptămânale, după cum tot o proporție de două treimi au participat deja la alte evenimente, festivaluri. Marea majoritate a acestora a amintit ca experiență Universitatea de Vară de la Băile Tuşnad: peste 25% dintre participanții la Festivalul Peninsula au participat deja la universitatea de vară amintită. Aceasta este urmată de Maratonul Rock de la Băile Seiche (situate lângă Odorheiu Secuiesc) (20.9%), respectiv de Festivalul Sziget (Insula) de la Budapesta (12.4%). O proporție de aproximativ 10% au participat la Festivalul FânFest de la Roşia Montană, urmat de Stufstock de la Vama Veche, cu o participare de 9% în rândul intervievaților. Celelalte evenimente se bucură de o popularitate de sub 10%.

La nivelul planurilor întâlnim proporții mult mai însemnate. Aproape două treimi (59%) dintre intervievați intenționează să participe la Festivalul Sziget (Insula) în 2009, 35% doresc să participe la Universitatea de Vară Tuşnad Băi în 2009 şi o treime (32%) au planuri pentru Vama Veche şi Stufstock. Aproximativ 30% dintre intervievați intenționează să participe la festivalul Artmania de la Sibiu, Maratonul Rock de la Băile Seiche, Festivalul FânFest de la Roşia Montană sau Bestivalul din Bucureşti.

În jur de 20% dintre participanți doresc să viziteze următorul Cokelive din București sau evenimentul Rock la Mureş organizat în Periam, județul Timiş. Popularitatea evenimentelor neenumerate aici este în jur de 10-20 de procente. Acestea sunt în majoritate evenimente organizate în străinătate.

Muzica are un rol însemnat în viața tinerilor, mai ales în perioada festivalurilor, când aceştia trăiesc, pentru o perioadă mai scurtă sau mai lungă, „pentru muzică şi împreună cu muzica". Cele mai îndrăgite genuri muzicale la Festivalul Peninsula sunt următoarele: rock (17%), drum'n'bass (16%), metal (11%), hip-hop (7%), jazz (5%) şi house (5%).

Interesul mare manifestat față de rock şi drum'n'bass se explică prin faptul că în ceea ce priveşte proporțiile (spațiu, reprezentarea diferitelor culturi), Festivalul Peninsula este mult mai mic decât Festivalul Sziget (Insula), aşadar poate prezenta un număr mult mai mic de tendințe muzicale, numărul celor interesați fiind prin urmare mai redus. În pofida acestora, în rândul celor mai îndrăgite genuri muzicale la Festivalurile Peninsula şi Festivalul Sziget (Insula), genurile rock şi drum'n'bass sunt

Material cu drept de autor

la loc de frunte, cu toate că în cazul Festivalului Sziget (Insula) se formează aşa-numitele culturi de grup care se organizează în funcţie de preferinţe muzicale (Gábor–Gaul–Szemerszki 2006).

La Festivalul Peninsula, până în prezent, am reuşit să depistăm o singură cultură de grup, şi anume cea a rockerilor, însă concluzia este că în cazul lărgirii ofertei muzicale vor apărea şi aici diferite culturi de grup (Kiss–Plugor–Szabó 2006).

5. Creşterea gradului de autonomie la tineri

Creşterea gradului de autonomie la tineri poate fi abordată prin evenimente biografice trecute sau preconizate. Evenimentele biografice identificate cu ajutorul întrebărilor *„La ce vârstă ai trecut prin... / La ce vârstă consideri că vei trece prin...?"* pot fi împărţite în două categorii: prima se referă la gradul de autonomie în *sferă privată*, şi anume în petrecerea timpului liber, în consum, în autonomia vieţii private, iar cealaltă vizează *autonomia existenţială* – încadrarea într-un loc de muncă, întemeierea propriei familii etc. – realizată sau preconizată. Juxtapunerea evenimentelor biografice ne permite să modelăm dezvoltarea autonomiei la tineri; totodată putem alcătui o imagine asupra vârstelor la care tinerii reuşesc să atingă autonomia sferei private sau pe cea existenţială.

În cele ce urmează vom compara mediile pe eşantion în funcţie de evenimente biografice, respectiv vom examina mediile de vârstă legate de anumite evenimente biografice în funcţie de sexul intervievaţilor.

În baza mediilor de vârstă constatăm că dezvoltarea autonomiei din sfera privată începe, în medie, de la vârsta de 15 ani şi se realizează la vârsta de 21-22 de ani. Primele evenimente biografice sunt distracţia pe cont propriu (fără părinţi) şi mobilitatea (plecări şi veniri) cvasiindependentă (fără controlul sau cu controlul mai redus al părinţilor). După aceasta urmează prima experienţă sexuală (la 17 ani) şi prima călătorie în timpul verii organizată pe cont propriu (18-19 ani), iar pe urmă prima relaţie serioasă de cuplu (în jurul vârstei de 19 ani).

Aşadar, este clar că înainte de vârsta medie de 21-22 de ani nu putem vorbi despre o autonomie existenţială, din moment ce prima experienţă profesională apare la vârsta de 21 de ani, ceea ce coincide mai mult sau mai puţin cu momentul în care se începe practicarea cunoştinţelor acumulate în timpul/la sfâr-

Material cu drept de autor

şitul educaţiei universitare.[7] Începuturile autonomiei existenţiale apar la vârsta de 21-22 de ani, când tinerii părăsesc casa părinţilor, respectiv se angajează cu normă întreagă la primul lor loc de muncă (la vârsta de 22-23 de ani). Acest grad al autonomiei existenţiale nu se asociază cu întemeierea unei familii, pentru că relaţiile de cuplu stabile apar mai târziu (la vârsta de 23-24 de ani). Tinerii se gândesc la o locuinţă proprie în jurul vârstei de 24-25 de ani (trebuie să menţionăm că aici nu este vorba neapărat de locuinţă în proprietate proprie), ceea ce coincide cu momentul încheierii studiilor şi prin urmare reprezintă un statut mai consolidat pe piaţa forţei de muncă şi un venit mai stabil. Momentul căsătoriei şi al copiilor soseşte aproximativ simultan, la trei ani după evenimentul amintit anterior (27-28 de ani) şi semnalează totodată începutul perioadei adulte.

Tabelul nr. 5. Mediile vârstelor legate de evenimente biografice[8]

	2005	2006	2007	2008
Prima ieşire în oraş pe cont propriu	15,4	15,5	15,2	15,4
A pleca de acasă şi a veni oricând vreau eu	16,5	16,5	16,3	16,5
Prima experienţă sexuală	17,5	17,0	16,8	16,6
A decide asupra profesiei, ocupaţiei mele viitoare	17,6	17,7	17,8	18,2
A organiza/efectua o călătorie de vară pe cont propriu	18,6	18,7	18,5	19,0
Prima relaţie serioasă de cuplu	19,1	18,8	18,8	18,8
Prima experienţă profesională	21,6	21,7	21,3	21,3
Părăsirea casei părinteşti (mutare)	22,3	21,6	21,2	21,4
Primul loc de muncă cu normă întreagă	23,6	23,3	22,6	22,4
Convieţuire cu un partener stabil	23,9	23,9	23,8	23,5
Prima locuinţă proprie	25,1	25,0	24,3	24,1
Încheierea studiilor	25,4	25,0	24,6	24,2
Căsătorie	28,6	28,1	28,0	27,6
A deveni tată/mamă	28,6	28,7	28,3	27,6

Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2008

7 Experienţele profesionale acumulate la această vârstă nu sunt surprinzătoare, din moment ce marea majoritate (75-80%) a participanţilor la Festivalul Peninsula sunt elevi sau studenţi. O proporţie predominantă (90%) a celor cu studii au cel puţin obiectivul de a obţine o diplomă universitară (vezi Ercsei–Veres 2005, Ercsei 2007, respectiv vezi mai jos studiul de faţă). Experienţele profesionale acumulate la vârsta de 21 de ani înseamnă aşadar experienţe acumulate la sfârşitul sau în timpul studiilor universitare.

8 Pentru numerele de caz şi abaterile standard vezi Tabelul nr. 1 din Anexă.

Material cu drept de autor

Din comparaţia datelor diferenţiate în funcţie de sexul intervievaţilor constatăm că diferenţe relevante între bărbaţi şi femei apar doar în ceea ce priveşte momentul întemeierii propriei familii, deoarece în acest caz la femei stabilirea unei relaţii stabile de cuplu survine mai devreme (cu un an). La femei şi căsătoria şi apariţia primului copil au loc cu 2-3 ani mai devreme decât la bărbaţi.

Tabelul nr. 6. Media de vârstă în raport cu evenimente biografice, pe sexe[9]

	2005		2006		2007		2008	
	Bărbaţi	**Femei**	**Bărbaţi**	**Femei**	**Bărbaţi**	**Femei**	**Bărbaţi**	**Femei**
Prima ieşire în oraş pe cont propriu	15,3	15,5	15	16	15,1	15,4	15,1	15,6
A pleca de acasă şi a veni oricând vreau eu	16,3	16,9	16	17	15,9	16,8	16,1	17,0
Prima experienţă sexuală	17,6	17,4	17	17	16,3	17,3	16,3	17,1
A decide asupra profesiei, ocupaţiei mele viitoare	17,6	17,6	18	17	17,8	17,7	18,2	18,2
A organiza/efectua o călătorie de vară pe cont propriu	18,5	18,9	18	19	18,3	18,8	18,5	19,4
Prima relaţie serioasă de cuplu	19,5	18,6	19	19	19,1	18,5	19,1	18,6
Prima experienţă profesională	21,3	22,2	21	22	21,0	21,7	20,7	21,9
Părăsirea casei părinteşti (mutare)	22,6	21,9	22	21	21,4	20,9	21,9	20,9
Primul loc de muncă cu normă întreagă	23,1	24,3	23	23	22,4	22,8	22,1	22,8
Convieţuire cu un partener stabil	*24,5*	*23,0*	*24*	*23*	*24,3*	*23,2*	*23,7*	*23,2*
Încheierea studiilor	25,1	25,8	25	25	24,8	24,5	24,4	24,1
Prima locuinţă proprie	25,5	24,4	25	24	24,5	24,0	24,5	23,8
A deveni tată/mamă	29,5	27,3	30	28	29,2	27,4	28,5	26,7
Căsătorie	29,7	26,9	29	27	28,8	27,0	28,8	26,2

Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2008

9 Pentru numerele de caz şi abaterile standard vezi Tabelul nr. 2 din Anexă.

Material cu drept de autor

6. Planuri de viitor şi proiecţia viitorului

În continuare vom analiza planurile de viitor ale tinerilor intervievaţi, imaginea şi strategiile lor privind viitorul, respectiv atitudinea lor faţă de lume şi faţă de propria persoană.

În rândul planurilor de viitor ale tinerilor, construirea, achiziţia, schimbul unei locuinţe proprii se află pe primul loc (31.3%), urmate de planuri de studii şi însuşirea unei profesii (21.5%), respectiv de cumpărarea unui automobil (12.7%). Planurile amintite ca fiind cele mai importante în al doilea rând sunt cumpărarea unui automobil (13.5%), întemeierea propriei familii (11.5%) şi însuşirea unei profesii (10.8%), respectiv demararea propriei afaceri (10.7%). Acest lucru susţine cele constatate în analiza evenimentelor biografice, şi anume că tinerii doresc mai întâi să îşi asigure o existenţă sigură, gândindu-se doar pe urmă la întemeierea unei familii. Putem spune că intervievaţii se caracterizează printr-o viziune cu precădere materialistă, procurarea unor articole de consum fiind foarte importantă pentru ei.

Tabelul nr. 7. Ce planuri ai pentru următorii cinci ani?

	În primul rând N = 731	**În al doilea rând N = 730**	**În al treilea rând N = 720**
Locuinţă proprie: construcţie, achiziţie, schimb	**31,3**	8,7	7,9
Studii, însuşirea unei profesii	**21,5**	**10,8**	4,3
Maşină, maşină nouă	**12,7**	**13,5**	8,7
Realizarea unei existenţe autonome	5,1	9	8,6
Succese profesionale	4,7	6,4	**14**
Încadrarea într-un loc de muncă	4,4	6,4	5,7
Demararea unei întreprinderi, întreprindere proprie	4,2	**10,7**	4,9
Întemeierea familiei proprii	3,9	**11,5**	**15,2**
Reconstrucţia, lărgirea, modernizarea locuinţei	3,4	1,8	1,6
Copii, creşterea copilului, şcoli	2,4	4,5	3,6
Loc de muncă potrivit, bun, mai bun	2,3	5,5	7
Călătorii	1.9	5.6	**11.7**
Studii în străinătate	1.5	3.7	4.2
Alte locuri de muncă în străinătate	0.8	1.8	2.5
Total	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetare Peninsula 2008

Material cu drept de autor

6.1. Continuarea studiilor

În cele de mai sus am văzut cum tinerii sunt preocupaţi de continuarea studiilor. În continuare vom prezenta formele concrete de manifestare a acestor intenţii.

După schimbarea regimului politic, piaţa forţei de muncă, lumea afacerilor şi cea a serviciilor din România au devenit mult mai complexe. În lumea afacerilor şi a serviciilor condiţiile angajării implică de cele mai multe ori studii superioare. În acelaşi timp, aceste profesii au devenit cele mai populare în ultimele decenii. Astfel, educaţia universitară a devenit accesibilă pentru aproape toată lumea. Totodată apare şi o formă a educaţiei inimaginabilă până mai demult: studiile făcute concomitent cu munca. Aşadar România se alătură statelor în care, pe lângă extinderea în masă a educaţiei, devine actuală problema generalizării sistemului educaţional.

În această ordine de idei, este important să menţionăm inflaţia sistemului educaţional, şi anume faptul că în nenumărate cazuri diploma are o valoare simbolică şi nu reală pe piaţa forţei de muncă. În acelaşi timp studiul apare ca o formă de consum (vezi Hrubos 2000).

Tabelul nr. 8. Ai planuri să îţi continui studiile (după ce le termini pe cele din prezent)?

	2005 N = 570	**2006 N = 932**	**2007 N = 945**
Da	80,5	77,7	76,7
Nu	19,5	22,3	23,3
Total	**100**	**100**	**100**

În toate cele trei cercetări marea majoritate a tinerilor, peste două treimi, intenţionează să îşi continue studiile după finalizarea studiilor în curs. Peste jumătate dintre studenţi doresc să îşi continue studiile la universitate (48.2%), apoi să continue cu cele de masterat (37.6%). 5.8% dintre tineri intenţionează să urmeze programe de doctorat. Doar o pondere de 3.9% dintre cei chestionaţi sunt nehotărâţi în ceea ce priveşte continuarea studiilor.

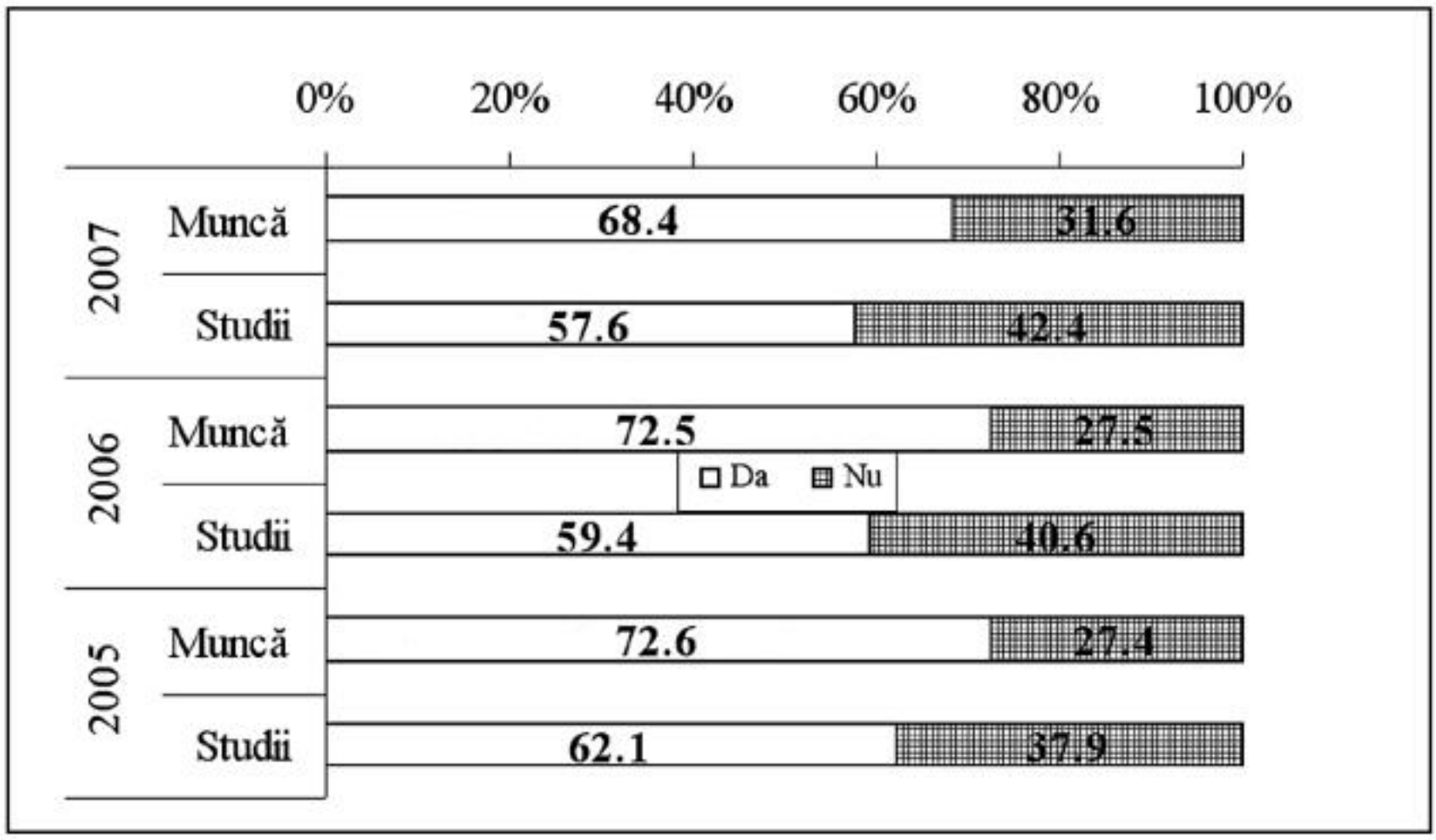
Material cu drept de autor

6.2. Planuri de emigrare

În cazul imaginii de viitor a tinerilor participanţi la festivaluri nu putem face abstracţie de planurile şi de intenţiile lor legate de mobilitate geografică, de intenţiile de migraţie. În cazul răspunsurilor date la întrebarea dacă au intenţia de a călători în străinătate cu scopul de a studia sau de a munci în următorii doi ani, am constatat anumite diferenţe între cele trei cercetări. În anul 2005, o proporţie de 45.9% dintre intervievaţi intenţionau să plece în străinătate; în 2006 această proporţie a crescut cu 10%, ajungând la valoarea de 55.3%, iar în anul 2007 proporţia respectivă a scăzut la 43.9%.

Pentru călătoria în străinătate, tinerii au putut alege între două obiective: studii şi muncă. Într-un mod uşor surprinzător, tinerii doresc să călătorească în străinătate pentru a munci mai degrabă decât pentru a studia. Nu există diferenţe semnificative în datele celor trei ani analizaţi.

Figura nr. 4. Cu ce scop vei călători în străinătate în următorii doi ani? (Muncă: 2005 - N = 290; 2006 - N = 483; 2007 - N = 408; Studii: 2005 - N = 266; 2006 - N = 466; 2007 - N = 404)



Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2007

Material cu drept de autor

În privința stabilirii în străinătate există diferențe semnificative în datele celor trei ani. În 2005, aproape jumătate (40%) dintre tineri susțineau că nu doresc să se stabilească în străinătate. 19.5% se gândiseră deja la această variantă, însă fără planuri concrete, iar 12.1% aveau deja planuri concrete pentru stabilirea în străinătate. În 2006, proporția celor care nu doresc să plece din țară a scăzut la 30%, însă a crescut numărul celor care nici nu s-au gândit la această variantă (de la 12.6% la 16.6%). În 2006, 13.4% dintre intervievați au avut planuri concrete legate de plecarea din țară şi o proporție de 37.7% luau în considerare stabilirea în străinătate, fără a avea vreun plan concret.

Tabelul nr. 9. Te-ai gândit să te stabileşti în străinătate?

	2005 N = 637	**2006 N = 932**	**2007 N = 942**
Da, am şi un plan concret	12,1	13,4	16,0
Da, dar încă nu ştiu exact unde şi cum	15,9	17,0	**21,0**
Da, câteodată, dar nu am planuri concrete	19,5	22,7	19,5
Nu aş pleca din ţară	**40,0**	**30,3**	**25,2**
Nu şi nici nu m-am gândit la aşa ceva	12,6	16,6	18,3
Total	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2007

6.3. Autorealizare, proiecția viitorului și percepția asupra problemelor

În interviuri am inclus întrebări referitoare la modul în care „locuitorii Peninsulei" percep şansele realizării planurilor de viață personale. Marea majoritate a intervievaților (53.4%) au o viziune mai degrabă optimistă în această problemă, 30.3% sunt univoc optimişti, iar restul au o viziune pesimistă a viitorului.

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 10. Cum vezi şansele realizării planurilor tale de viitor?

	2005 N = 636	2006 N = 922	2007 N = 933	2008 N = 744
Cu optimism, fără îndoială	31,3	29,4	30,3	36,4
Mai degrabă cu optimism	51,9	54,1	55,3	53,4
Mai degrabă cu pesimism	14,9	15,0	13,4	9,6
Cu pesimism, fără îndoială	1,9	1,5	1,0	0,5
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2008

Comparând percepţiile realizării planurilor personale de viitor în funcţie de anul interviului, constatăm că tendinţele sunt aceleaşi, majoritatea tinerilor fiind mai degrabă optimişti în această privinţă. În timp ce tinerii sunt mai degrabă optimişti în privinţa propriului viitor, ei au o imagine relativ pesimistă a viitorului întregii societăţi.

Tabelul nr. 11. În opinia ta, în ce direcţie decurg lucrurile în România?

	2006 N = 885	2007 N = 885	2008 N = 707
Mai degrabă în direcţia cea bună	53,1	67,5	64,1
Mai degrabă în direcţia greşită	46,9	32,5	35,9
Total	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetări Peninsula 2006–2008

Pentru a alcătui o imagine completă a atitudinilor tinerilor participanţi la festivaluri, am examinat percepţia lor asupra celor mai importante probleme legate de viaţa tineretului la modul general. Intervievaţii au fost rugaţi să aleagă trei din 19 categorii specifice, în ordinea importanţei problemei în cauză.

Tinerii au definit şomajul (16.5%), lipsa banilor şi veniturile mici (16.3%) ca fiind cele mai arzătoare probleme ale tineretului în general. Alcoolismul (12.6%), respectiv consumul de droguri (10.7%) sunt şi ele probleme importante pentru tineri. Importanţa lor este accentuată şi de faptul că la alegerea celei de-a doua probleme ca importanţă, alcoolismul şi consumul

Material cu drept de autor

de droguri au valorile cele mai mari (alcoolism 13.2%; droguri 11.6%). După toate acestea, nu este deloc surprinzător faptul că pe locul trei s-a clasat viitorul lipsit de perspective (10.2%), respectiv lipsa ţelurilor în viaţă (10.2%).

Tabelul nr. 12. În opinia ta, care sunt cele mai importante probleme legate de tineri?

	În primul rând N = 720	**În al doilea rând N = 713**	**În al treilea rând N = 702**
Şomaj	**16,5**	3,7	3,6
Lipsa banilor, venituri mici	**16,3**	8,2	6,9
Alcoolism	**12,6**	**13,2**	8,1
Răspândirea drogurilor	**10,7**	**11,6**	5,5
Lipsa culturii, a aşteptărilor	7,1	6,6	7,2
Situaţia nerezolvată a locuinţelor	6,3	6,7	3,1
Crimă	4,6	8,2	8,7
Sărăcie, nesiguranţă existenţială	3,8	7,4	3,3
Criza familiei, decăderea valorilor familiei	3,3	3	3
Decădere morală	3	6,7	7,8
Lipsa obiectivelor	3	6,5	**10,2**
Viitor fără perspective	2,9	7,1	**10,2**
Lipsa valorilor	2,7	2,6	5,3
Condiţii precare în familie	2,6	2,9	6,2
Emigrare	1,3	1,4	3,7
Limitarea posibilităţilor de studiu din motive materiale	1,2	1,5	2,7
Lipsa nivelului adecvat de educaţie	1,2	1,3	2,1
Lipsa posibilităţilor de distracţie şi socializare	0,5	0,4	0,2
Creşterea inegalităţilor sociale	0,3	0,8	1,5
Altele	0,1	0,4	1
Total	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetare Peninsula 2008

Comparând răspunsurile tinerilor români cu cele ale tinerilor maghiari, constatăm o anumită diferenţă în percepţia problemelor. Pentru maghiari problemele grave cu care se confruntă sunt în primul rând

Material cu drept de autor

şomajul (17.4%), lipsa banilor şi veniturile mici (14.8%), răspândirea alcoolismului şi a drogurilor (13.9%, respectiv 10.7%). Românii percep ca problemă în primul rând lipsa banilor (21.9%), însă în viziunea lor ocupă un loc important lipsa culturii şi a aşteptărilor, care la maghiari apare în proporţii mai mici (10.9%, 6.0%), respectiv viitorul fără perspective (6.3%, 2.1%). Totodată participanţii maghiari au probleme mai mari cu situaţia nerezolvată a locuinţelor (6.8%), problemă ce apare la intervievaţii români în proporţie de două ori mai mică (3.2%).

Tabelul nr. 13. Cele mai grave probleme ale tinerilor

	2007 N = 935	**2008 N = 720**
Şomaj	**22,1**	**16,6**
Lipsa banilor, venituri mici	**15,6**	**16,3**
Situaţia nerezolvată a locuinţelor	**11,2**	6,3
Răspândirea drogurilor	9,8	**10,7**
Alcoolism	7,4	**12,6**
Lipsa culturii, a aşteptărilor	6,9	7,1
Sărăcie, nesiguranţă existenţială	3,6	3,8
Viitor fără perspective	3,5	2,9
Crimă	3,2	4,6
Lipsa obiectivelor	3,2	3
Decădere morală	2,7	3
Lipsa valorilor	2,7	2,7
Criza familiei, decăderea valorilor familiei	2,2	3,3
Condiţii precare în familie	2,1	2,6
Emigrare	1,3	1,3
Limitarea posibilităţilor de studiu din motive materiale	1,1	1,2
Creşterea inegalităţilor sociale	0,6	0,3
Lipsa nivelului adecvat de educaţie	0,5	1,2
Lipsa posibilităţilor de distracţie şi socializare	0,2	0,5
Total	**100**	**100**

Sursă: Cercetări Peninsula 2007, 2008

Material cu drept de autor

Comparând datele din anii 2007 şi 2008, putem spune că nu există diferenţe semnificative. Ierarhia primelor cinci problemele a rămas aceeaşi, exceptând problema locuinţelor. Atât în 2007, cât şi în 2008 şomajul, lipsa banilor şi veniturile mici au fost problemele cel mai des amintite.

În anul 2007 cele mai importante trei probleme amintite de tineri sunt lipsa locurilor de muncă/şomajul (22.1%), lipsa banilor şi veniturile mici (15.6%), respectiv nerezolvarea situaţiei locuinţelor (11.2%), iar în 2008 situaţia este următoarea: tinerii încă amintesc pe locul întâi lipsa locurilor de muncă, însă într-un procent mai redus (16.6%) faţă de anul anterior. Cea de-a doua problemă gravă rămâne lipsa banilor şi veniturile mici (16.3%). În contrast cu anii precedenţi, din ce în ce mai mulţi tineri percep alcoolismul şi răspândirea drogurilor ca probleme sociale importante şi actuale.

Concluzii

În cele de mai sus am analizat consumul de loisir şi cultura, autonomia, respectiv imaginea şi proiectele de viitor ale tinerilor dintr-o regiune dată, în contextul proceselor de globalizare. Pe baza rezultatelor am delimitat o parte a societăţii care, ca efect al creşterii valorii atribuite acumulării cunoştinţelor, trăieşte cultura de loisir a tinereţii.

Am observat că în rândul cheltuielilor lunare, tinerii participanţi la festivaluri alocă cea mai mare sumă activităţilor de loisir. Printre activităţi se găsesc cu o frecvenţă relativ ridicată ieşirile regulate. Mai departe, am reuşit să identificăm un segment preocupat de autorealizarea creativă (pictează, desenează, cântă la un instrument), iar în final am putut constata că cultura frumuseţii (serviciile legate de industria de înfrumuseţare) şi viaţa sănătoasă nu sunt parte integrantă a culturii tinerilor; mai mult, pentru acest segment este caracteristică în proporţie destul de mare utilizarea unor tehnici de reducere a stresului. Totodată, acest segment al tinerilor poate fi pe bună dreptate clasificat ca *tineretul festivalurilor*, deoarece plănuieşte vizitarea mai multor festivaluri în cursul verii.

Toate acestea sunt valabile pentru tineri care se bucură de un grad de autonomie a sferei private ce permite acest tip de distracţie. Autonomia sferei private în cazul tinerilor participanţi la festivaluri apare relativ timpuriu, la vârsta de 15-18 ani, ceea ce înseamnă că perioada tinereţii

Material cu drept de autor

educaționale devine accesibilă încă din anii de liceu şi continuă până la vârsta de 22-23 de ani, adică până la angajarea la primul loc de muncă cu normă întreagă, dar, de la caz la caz, chiar şi până la vârsta de 24-25 de ani (până la încheierea studiilor).

Studiile, acumularea cunoştinţelor şi însuşirea unei profesii sunt prezenţe marcante şi în ceea ce priveşte planurile de viitor. Observăm cum cunoştinţele necesare pentru evitarea şomajului şi a lipsei de bani (elemente percepute ca probleme majore ale tinerilor), asigurarea unei existenţe acceptabile, respectiv dobândirea unei profesii decente sunt condiţii pentru întemeierea unei familii.

De asemenea, aceşti tineri au intenţii de mobilitate internaţională destul de ambiţioase, atât în în privinţa migraţiei pentru studii, cât şi a migraţiei pentru muncă în străinătate. Toate acestea pot fi asociate cu intenţii sau chiar planuri de emigrare şi stabilire definitivă în străinătate, o tendinţă care este în creştere în perioada 2005-2007. Toate acestea se întâmplă deşi, în esenţă, tinerii sunt optimişti când vine vorba despre starea lucrurilor în ţară.

Pe baza celor de mai sus am reuşit să captăm un segment al tinerilor din România care are o imagine esenţial pozitivă asupra propriului viitor, respectiv are o atitudine pozitivă faţă de propriile posibilităţi. Din punctul de vedere al culturii de tineret, datorită autonomiei sferei private, care apare la vârstă timpurie, procesului lung de acumulare a cunoştinţelor, respectiv trecerii târzii în perioada adultă, acest segment trăieşte o perioadă de tinereţe amplă, cu o exploatare intensă a timpului liber; în acest sens, poate fi considerat un tineret sau o generaţie a festivalurilor. Deşi, în realitate, acest scenariu poate fi atribuit învingătorilor, riscurile şi vulnerabilităţile sunt permanent prezente. Din această cauză nu putem vorbi decât despre probabilitatea succesului. Cu toate acestea, credem că nu pot fi trecute cu vederea nici traiectoriile de viaţă ale unui scenariu diferit de cel menţionat. Iar acestea înseamnă adesea limitarea oportunităţilor, lipsuri, marginalizare şi excludere.

Material cu drept de autor

Bibliografie

CLARKE, John – JEFFERSON, Tony
1973 *Working Class Youth Cultures.* Stenciled Papers by CCCS.
ERCSEI Kálmán
2002 Tőkeeloszlás és jövőstratégiák az erdélyi magyar tanuló tizenévesek körében. In: SORBÁN Angela (coord.): *Szociológiai tanulmányok erdélyi fiatalokról.* Akadémiai Kiadó–Scientia Kiadó, Budapest–Kolozsvár, 33–48.
2007 Schimbări legate de autonomia tinerilor: de la tinerețea de tranziție la tinerețea de educație şi loisir (Fiatalok korai önállósodása. Fiatalok az átmeneti ifjúsági korszakból az iskolai korszak irányába). In: MITULESCU, Sorin (coord.): *Studii în domeniul tineretului.* Ed. Didactică şi Pedagogică R.A., Bucureşti, 8–31.
ERCSEI Kálmán – KRIZA Borbála – PAPP Z. Attila
2002 Számokba fojtva: „Tusványos". In: BODÓ Barna (coord.): *Erdélyi Magyar Évkönyv 2002.* Polis Kiadó, Temesvár–Kolozsvár, 88–96.
ERCSEI Kálmán – GEAMBAŞU Réka
2004 A „tusványosi táborlakók" ifjúsági státuszának és politikai beállítottságának vizsgálata. *Erdélyi Társadalom* (2) 113–133.
ERCSEI Kálmán – VERES Valér
2005 Félsziget fesztivál – Marosvásárhely – 2005. *Korunk.* (11) 103–109.
GÁBOR Kálmán
2009 Magyar fiatalok a világkockázati társadalomban. *Korunk* (2), 76–85.
2006 Társadalmi átalakulás és ifjúsági korszakváltás. In: GÁBOR Kálmán – JANCSÁK Csaba (coord.): *Ifjúságszociológia.* Szeged – Belvedere Kiadó, Szeged, 384–426.
GÁBOR Kálmán – GAUl Emil – SZEMERSZKI Marianna
2006 Trendek a Sziget-kutatásban. Az új fiatal középosztály kialakulása. *WEB* (14–15) 9–34.
HRUBOS Ildikó
2000 Új paradigma keresése az ezredfordulón. *Educatio* (1) 13–26.
KISS Zita – PLUGOR Réka – SZABÓ Júlia
2006 Értékrend és ifjúsági szabadidő-kultúra a Félszigeten. *WEB* (14–15) 63–72.

Material cu drept de autor

VERES Valér (coord.)
2000 *Nemzeti vagy nemzedéki integráció?* Limes–Új Mandátum, Kolozsvár–Budapest.

Material cu drept de autor

Anexă

Tabelul nr. 1. Media vârstelor legate de evenimente biografice, numărul de caz şi valorile abaterii standard

	2005			2006			2007			2008		
	Media vârstelor	**N**	**Abatere std.**	**Media vârstelor**	**N**	**Abatere std.**	**Media vârstelor**	**N**	**Abatere std.**	**Media vârstelor**	**N**	**Abatere std.**
Prima ieşire în oraş pe cont propriu	15,4	590	3,8	15,5	876	2,9	15,2	868	2,2	15,4	670	2,0
A pleca de acasă şi a veni oricând vreau eu	16,5	577	3,5	16,5	874	3,1	16,3	886	3,0	16,5	679	2,5
Prima experienţă sexuală	17,5	529	11,3	17,0	767	2,6	16,8	747	2,4	16,6	602	1,9
A decide asupra profesiei, ocupaţiei mele viitoare	17,6	561	4,3	17,7	807	4,0	17,8	786	3,6	18,2	591	3,6
A organiza/efectua o călătorie de vară pe cont propriu	18,6	563	4,5	18,7	770	4,1	18,5	789	3,7	19,0	602	3,8
Prima relaţie serioasă de cuplu	19,1	553	7,0	18,8	783	3,6	18,8	748	3,8	18,8	613	4,0
Prima experienţă profesională	21,6	573	3,8	21,7	819	3,1	21,3	806	3,2	21,3	595	2,8
Părăsirea casei părinteşti (mutare)	22,3	548	5,2	21,6	765	4,0	21,2	789	3,8	21,4	575	3,7

Primul loc de muncă cu normă întreagă	23,6	548	9,5	23,3	792	4,4	22,6	787	3,4	22,4	589	3,8
Convieţuire cu un partener stabil	23,9	484	6,6	23,9	693	4,0	23,8	681	4,1	23,5	481	4,2
Prima locuinţă proprie	25,1	510	5,3	25,0	735	4,7	24,3	760	4,4	24,1	510	3,6
Încheierea studiilor	25,4	533	11,1	25,0	804	5,7	24,6	755	5,0	24,2	566	5,7
Căsătorie	28,6	486	4,5	28,7	670	4,6	28,3	665	3,5	27,6	434	3,3
A deveni tată/mamă	28,6	427	6,3	28,1	628	3,9	28,0	610	3,8	27,6	414	4,7

Sursă: Cercetări Peninsula 2005–2008

Material cu drept de autor

Tabelul nr. 2. Ce planuri ai pentru următorii cinci ani?

	2005 N = 616	2006 N = 921	2008 N = 731
Studii, însuşirea unei profesii	**33.2**	**34.1**	**21.5**
Locuinţă proprie: construcţie, achiziţie, schimb	**15.6**	**21.4**	**31.3**
Maşină, maşină nouă	**9.4**	**7.5**	**12.7**
Realizarea unei existenţe autonome	7.3	5.8	5.1
Întemeierea familiei proprii	6.8	4.8	3.9
Încadrarea la un loc de muncă	4.9	3.6	4.4
Demararea unei întreprinderi, întreprindere proprie	4.6	4.2	4.2
Loc de muncă potrivit, bun, mai bun	4.2	1.8	2.3
Călătorii	3.6	2.8	1.9
Reconstrucţia, lărgirea, modernizarea locuinţei	2.4	2.9	3.4
Succese profesionale	2.4	4.8	4.7
Loc de muncă în străinătate	2.2	1.7	0.8
Copii, creşterea copilului, educaţia copiilor	1.8	2.6	2.4
Studii în străinătate	1.7	2.0	1.5
Total	**100**	**100**	**100**

Sursă: Cercetări Peninsula 2005, 2006, 2008

Material cu drept de autor

SÓLYOM Andrea

Cultură politică şi valori sociale la tinerii din România

1. Introducere

Articolul de faţă face parte dintr-un tratat mai extins care compară pe baza unor date empirice atitudinea faţă de politică a două grupuri de tineri, liceeni şi studenţi. Întrebarea fundamentală a lucrării pe care se bazează prezentul articol se referă la particularităţile observabile în cultura politică a populaţiei studiate. Actualitatea temei este dată mai ales de schimbările accelerate survenite în cultura politică postsocialistă şi de întrebările persistente în literatura de specialitate.

Sursele empirice provin din două cercetări. Pe lângă acestea, am recurs şi la rezultatele cercetărilor cu tematică similară din Ungaria şi România.[1] Conceptualizarea şi operaţionalizarea cercetării s-au sprijinit în mare măsură pe cercetările din ultimul deceniu şi jumătate. [2] Astfel,

1 În rândul populaţiei *adulte* au fost efectuate în mod repetat mai multe cercetări care au vizat percepţia consolidării democraţiei în anii '90. Acestea au avut loc în cadrul unor cercetări comparative, internaţionale. Dintre cercetările focusate pe atitudinea tinerilor faţă de politică aş menţiona seria de anchete *Civil Kurázsi*, desfăşurată în rândul studenţilor din Cluj. Au existat cercetări care au vizat tineretul din România sau din alte ţări. Acestea se constituie la rândul lor în antecedente care pot fi utilizate într-o analiză comparată. Menţionăm cercetarea privind analiza comparată a liceenilor din România şi Ungaria, efectuată în 2000 de Fundaţia Minoritás, şi cercetarea MOZAIK 2001, respectiv un program de cercetare care a vizat liceenii din oraşele mari din Transilvania.

2 După schimbarea de regim cercetările de sociologie politică s-au înmulţit în România ca ciupercile după ploaie. Este unul dintre domeniile care a avut un loc proeminent în comenzile din ţară şi din străinătate. Faptul este confirmat şi de cercetările care doreau să cartografieze situaţia sociologiei din România la începutul anilor '90. Vezi,

Material cu drept de autor

interpretarea rezultatelor ia în considerare şi concluziile cele mai importante ale literaturii de specialitate din străinătate.

Ancheta sociologică în rândul studenţilor. În 2002 am desfăşurat împreună cu colegii mei o anchetă sociologică în rândul studenţilor maghiar şi români înscrişi la Universitatea „Babeş-Bolyai" pe un eşantion reprezentativ pe dimensiunile de gen, vârstă şi specializare (denumirea cercetării: *Democraţie?!*). Eşantionul a fost compus din 802 persoane, dintre care 446 de persoane frecventau linia de studii în limba maghiară, iar 356, pe cea în limba română.

Ancheta sociologică în rândul liceenilor. În perioada mai-iunie 2004 am efectuat o anchetă sociologică similară ca temă cu cea din 2002 derulată în rândul studenţilor. Ancheta din 2004 a vizat liceenii din anii terminali din Odorheiu Secuiesc. În şapte licee din oraş există învăţământ liceal în limba maghiară. În una dintre şcoli se predă doar în limba română. Această şcoală are două clase terminale cu efectiv redus de elevi. Nu am inclus această şcoală în cercetare pentru că grupul meu ţintă a fost alcătuit din elevi maghiari care studiază în limba maghiară. Nu a fost inclusă nici singura clasă terminală a şcolii religioase. Cercetarea a vizat populaţia totală a celor 27 de clase incluse în cercetare. Ancheta a cuprins 373 de persoane; doar datele elevilor absenţi de la şcoală în perioada în care s-a derulat cercetarea nu au fost înregistrate.

Pe parcursul planificării ambelor cercetări m-am străduit să scot la iveală atitudinea faţă de politică în sensul de conţinut al culturii politice. Am analizat următoarele cinci dimensiuni: interesul pentru politică, orientare, informare, opinii, acţiuni. Din complexa problematică a culturii politice, studiul de faţă se va concentra asupra unei dimensiuni numite şi complementară: rolul şi universul valorilor sociale. Înainte de analiza propriu-zisă voi schiţa problemele teoretice, metodologice, terminologice şi de interpretare cu care ne-am confruntat în cercetările noastre comparate din ultimii ani, cercetări axate pe cultura politică a liceenilor şi a studenţilor.

---

de exemplu: Kiss Tamás – Sólyom Andrea (2002): A román szociológia helye és helyzete a kilencvenes években. In: Mi újság a Kelet-Közép-Európai szociológiában? Kovács Éva (coord.), Budapest: Teleki László Alapítvány; rezultate similare sunt raportate şi de Larionescu, Maria (2001): The State of the Romanian Sociology since 1989. Draft, Collegium Budapest, respectiv *idem* (2003): Observaţii asupra sociologiei româneşti din perioada de tranziţie. *Romanian Journal of Political Science PolSci*, vol. 3, no 1.

Material cu drept de autor

2. Probleme teoretice

Vom aborda două problematici centrale care definesc cursul analizei. Prima se referă la definirea noțiunilor. Cadrul conceptual are un rol fundamental atât pentru alegerea metodei, cât şi pentru interpretarea rezultatelor. Cea de a doua se referă la particularitățile est-europene. Vom trata pe scurt trei particularități care ne sugerează că abordările existente au o utilitate restrânsă din cauza particularităților locale.

2.1. Incertitudine sau spațiu de manevră? Ce (nu) aparține de noțiunea de cultură politică şi civică (cetățenească)?

În ultimele decenii cultura politică a constituit preocuparea mai multor studii şi cercetări. În ciuda numeroaselor cercetări efectuate în trecut, abordările din literatura de specialitate lasă deschise o serie de întrebări, probleme. Istoria de câteva decenii a noțiunii nu a dat naştere unui consens asupra definiției privind cultura politică şi civică. Ceea ce îngreunează analiza. Totodată poate însemna şi libertate de alegere. Fiecare poate utiliza acele elemente ale definițiilor care se integrează cel mai bine în propriul său model.

Pornind de la lucrarea lui Almond, vom aborda cultura politică din mai multe puncte de vedere. Pe de o parte, analiza consideră cultura politică un proces cultural, care poate fi operaționalizat prin percepția liniilor de ruptură şi atitudinile față de membrii altor națiuni. Pe de altă parte, poate fi operaționalizat ca şi cultură policy, adică în chip de preferințe electorale, caracterizare a instituțiilor şi mobilizare. În al treilea rând, putem vorbi despre o cultură de sistem în măsura în care dorim să măsurăm acceptarea democrației în general şi a democrației în România (Almond – Powell 1996). Cultura de sistem apare mai detaliat în capitolul empiric al acestei lucrări. Vom trata şi dimensiunile legate de universul valorilor politice ale culturii ca proces şi ale culturii policy.

2.2. Particularități est-europene

Una dintre problemele particulare ale societăților est-europene este modul în care cetățeanul, individul, grupul se poate adapta incertitudinilor sistemului postdecembrist, permanentelor schimbări. Care sunt strategiile care apar pentru a face față traiului într-o realitate aflată în

Material cu drept de autor

schimbare, saturată de disonanță cognitivă. Pe baza experiențelor de cercetare anterioare presupunem că una dintre strategii este renunțarea la orientare. O altă strategie ar putea consta în utilizarea unor elemente „accesibile, digerabile" ale ofertei (de exemplu elemente de retorică, adică retorică națională sau minoritară), o alternativă care este economică din punctul de vedere al energiei investite de individ.

În cele ce urmează vom menționa trei diferențe fundamentale, particularități care caracterizează sistemul democratic din România în comparație cu democrațiile occidentale „mature". Aceste particularități sunt următoarele: determinările istorice diferite pentru cultura politică din vest și din est, inconsistența sistemelor valorice ale partidelor politice și rupturile existente în autodefinirea partidelor politice.

2.2.1. Est-vest, est-est: diferențe în cultura politică

Deşi literatura de specialitate accentuează diferențele dintre culturile politice europene din est și din vest, din analizele comparate din statele est-europene aflăm tot mai multe despre diferențele micro- și macroregionale aflate în tranziție.

Putem vorbi despre diferențe dintre est și vest la diferite nivele ale culturii politice. Astfel, există diferențe la nivelul obiceiurilor, discursurilor, subculturilor, ideologiilor și instituțiilor politice. Un exemplu pentru diferențe între obiceiurile politice este ponderea mai mare a „tăcuților politici" în Europa de Est.

Discursurile politice sunt de naturi diferite și mult mai variate decât în Europa Occidentală. O altă particularitate a societăților est-europene este dată de subculturile politice paralele în discurs care au tendința să se excludă unele pe altele. Acestea conduc la fragmentarea culturii politice, punând în pericol stabilitatea sistemului.

Alte două diferențe devin vizibile la nivelul instituțiilor politice. Juan Linz consideră că nu există continuitate în rândul acestor instituții din Est. Autorul vorbeşte de o rotație distorsionată în care locul noilor instituții este luat de cele vechi transformate. Totodată subculturile au o anumită continuitate, pentru că cei care creează instituțiile rămân aceeași (Linz – Stepan 1996).

În sfârșit, putem aminti și de diferențele existente în stilul politic al elitelor. În acest sens, preluând oarecum simplificat noțiunea lui Pye și Verba, majoritatea elitei politice din Europa de Est practică un stil politic

Material cu drept de autor

ideologic. În acelaşi timp, găsim şi tendinţa contrară, în care unii deplâng lipsa ideologiei.

Privind dinspre Est comparaţiile de mai sus, vom găsi o imagine mai nuanţată. Începând din prima jumătate a anilor '90, mai mulţi cercetători atrag atenţia asupra simplificării extreme, care presupune că există o graniţă fermă între Est şi Vest, că societăţile postcomuniste sunt omogene (Ágh 1998; Evans–Whitefield 1993; Kitschelt 1995 citat de Enyedi 2004; Enyedi 2005). Sistemele din ultimii patruzeci de ani din societăţile central şi est-europene nu au fost identice. Tradiţiile istorice anterioare şi particularităţile schimbării de regim au condus la diversificarea mai pronunţată a regiunii central şi est-europene.

În acelaşi timp, sublinierea similarităţilor dintre culturile politice din regiune poate fi utilă analizei. Deşi următoarele afirmaţii se referă la cultura politică din Ungaria, credem că ele sunt valide şi pentru regiunea mai largă supusă atenţiei noastre. Ágh Attila observă că dezvoltarea societăţii civile este periclitată de sistemul de partide prea stufos. Conform autorului, cultura politică este formată în primul rând de mişcările sociale. Acestea însă au viaţă scurtă, se instituţionalizează rapid şi îşi pierd flexibilitatea (Enyedi 2004). A doua afirmaţie provine de la Gerő András. Pentru el particularitatea regiunii constă în aşteptările diferite de la individ şi mediu. Autorul spune că individul se aşteaptă la un comportament european de la mediul mai larg, în timp ce acceptă chiar evitarea regulilor jocului de la indivizii din cercul lui mai restrâns (Gerő 2005).

2.2.2. Orientarea politică a partidelor şi transformarea modurilor de transmitere a valorilor

Analiza noastră trebuie să ţină cont de o particularitate nu numai românească, şi anume că înţelegerea orientării partidelor politice se confruntă cu anumite probleme. Sistemul de partide din România este în sine particular: mai multe programe de partid conţin deopotrivă valori de dreapta şi de stânga. De aceea este dificilă plasarea partidelor pe eşichierul politic tradiţional stânga-dreapta. Nu este facilă nici urmărirea schimbărilor – diferenţele în autodefinire – în rândul partidelor. În timpul campaniei electorale aceste „ieşiri din tipar" se intensifică, pe de o parte din cauza luptei pentru atragerea simpatiei nehotărâţilor, pe de altă parte din cauza încercării de a se adapta vibraţiilor presupuse a veni din partea majorităţii electoratului.

Material cu drept de autor

Aşadar, mecanismele de transmitere a valorilor din cadrul partidelor nu înseamnă în mod necesar reprezentarea consecventă a acestor valori. Deoarece alegătorul nu se poate baza pe consecvenţa valorică a partidelor, trebuie să recurgă la alte mijloace în elaborarea strategiei de vot. Mesajele retorice, cum ar fi mesajele economice şi politice, pot reprezenta un reper. Conform unei anchete sociologice din 2000, se pare că studenţii români au fost distribuiţi mai ales pe marginea unor probleme economice şi politice.

Totodată şi partidele caută în permanenţă mijloace noi pentru lărgirea bazinului electoral. Se străduiesc să se autodefinească cu etichete care produc noi diviziuni în electorat. Drept urmare, autoidentificarea alegătorilor va exprima şi aceste noi diviziuni create de partide.

O particularitate importantă a eşichierului politic românesc este dată de faptul că electoratul maghiar şi cel român au percepţii radical diferite ale acestui spaţiu politic. În timp ce electoratul român alege dintre partidele existente, cel maghiar votează pentru reprezentarea etnică în parlament. Deoarece toate partidele româneşti îşi exprimă caracterul naţional, credem că alegerea este formală şi în cazul tinerilor români, în sensul în care ei aleg mai degrabă partide decât ideologii.[3]

2.2.3. Liniile de demarcaţie între indivizi nu se conturează pe axa politică stânga-dreapta (democratizare selectivă)

Din cauza mai multor factori, diviziunile nu se articulează pe axa politică stânga-dreapta. Problemele cele mai presante ale societăţilor aflate în tranziţie nu sunt de natură politică, ci mai degrabă de natură socială şi etnică.

Un alt fenomen este constituit de încercarea partidelor de a crea noi diviziuni în rândul electoratului, respectiv de a recurge la o retorică ce conţine deopotrivă valori percepute în mod convenţional ca fiind de dreapta sau de stânga. Fenomenul devine o caracteristică a partidelor politice din tot mai multe societăţi.

3 Această afirmaţie, evaluare prea contrastantă a situaţiei poate fi nuanţată dacă abordăm problema dintr-o altă perspectivă. Probabil că transmiterea valorilor de către partide se conformează cerinţelor publicului. Dacă grupul celor pentru care identitatea etnică nu este importantă ar fi numeros, probabil că ar fi apărut partide care să se conformeze acestei situaţii.

Material cu drept de autor

Un alt factor este democraţia selectivă. Este o particularitate de conştiinţă politică considerată de mulţi analişti din Europa Centrală şi de Est drept o caracteristică a societăţilor aflate în tranziţie (Kéri 1999; Lázár 1993). Democratizarea selectivă reprezintă procesul prin care o parte dintre cetăţeni combină facilităţile vechiului regim (de exemplu: securitatea materială, ocuparea, locuirea, caracterul previzibil al promovării la locul de muncă) cu elementele favorabile din nou regim.

Aici menţionăm o problemă care are consecinţe metodologice semnalată de deficitul de utilitate a scalei date de stânga-dreapta politică. Deşi problema metodologică are o tradiţie de mai multe decenii, scala este folosită şi azi, în ciuda alternativelor propuse pentru înlocuirea ei.

3. Probleme de metodologie

Cea mai importantă problemă metodologică se datorează faptului că am fost nevoiţi să comparăm două grupuri diferite din perspectiva cetăţeniei active. Problema este, după cum voi detalia mai jos, că aceste populaţii sunt diferite atât din punctul de vedere al grupei de vârstă şi al nivelului de educaţie, cât şi din cel al diferenţelor regionale. Unul dintre grupuri încă nu a votat, aşadar încă nu a devenit adult din punct de vedere politic, se află în aşa-numita perioadă prepolitică. Din punctul de vedere al vârstei, celălalt grup este format din cetăţeni activi, cel puţin potenţial. Utilizarea termenului de potenţial este justificată de datele adunate de la tinerii francezi, care descriu incertitudinile şi pasivitatea politică a tinerilor de 18-28 de ani (Percheron 1999; Muxel 1999).

Merită să abordăm atitudinea faţă de democraţie a populaţiei analizate şi din perspectiva socializării politice. Deşi la momentul schimbării de regim generaţia în cauză era de vârstă şcolară şi preşcolară, actorii din instituţiile de socializare, în primul rând familia şi şcoala, s-au socializat în regimul trecut, iar adaptarea la noul sistem nu este întotdeauna facilă pentru ei. Ne referim aici în primul rând la reacţiile rigide la schimbare ale instituţiilor, la inerţia acumulată în rutina dezvoltată pe parcursul mai multor decenii. Din acest punct de vedere generaţia tânără poartă, în mod indirect, o parte a moştenirii lăsate de statul-partid, care influenţează cultura lor politică. Se presupune că absenteismul, incertitudinea politică, atitudinea faţă de autoritarianism, încrederea în instituţii etc.

Material cu drept de autor

sunt efectele moştenirii primite. În mod cert, efectele au avut intensităţi diferite pentru cele două grupuri în cauză.

Este legitimă întrebarea: ce anume justifică compararea liceenilor cu studenţii? Particularităţile ciclurilor de viaţă sunt responsabile pentru diferenţele fundamentale dintre liceenii din clasa a XII-a şi studenţi. Însă diferenţa de vârstă nu este doar o chestiune „cantitativă". Există o linie de demarcaţie calitativă între cele două grupuri. Una dintre întrebările fundamentale ale cercetării este clarificarea diferenţelor şi a similarităţilor dintre grupurile aflate chiar în pragul cetăţeniei active din punct de vedere formal şi grupurile „mature" din punct de vedere politic.

Pe lângă caracteristicile legate de ciclul de viaţă, cele două populaţii comportă o serie de caracteristici de diferenţiere relevante din perspectiva cercetării. Clarificarea a două caracteristici ni se pare necesară. Prima ţine de diferenţele în nivelul de educaţie: am comparat nu doar cele două grupe de vârstă, dar şi două grupe care participă la programe educaţionale diferite, învăţământ liceal şi universitar.[4] Cea de-a doua trăsătură este dată de situarea spaţială a celor două grupuri: în timp ce liceenii trăiesc într-un orăşel din Secuime, studenţii studiază într-un oraş mare din Transilvania. Între cele două localităţi există numeroase diferenţe (de exemplu structura etnică a localităţilor); astfel, aceste particularităţi locale fac necesară justificarea comparaţiei. Problema măsurii în care putem detecta particularităţi locale în cultura politică a grupurilor nu poate fi separată de efectele nivelului de învăţământ şi vârstă.[5]

Majoritatea locuiesc la Cluj doar temporar, pe durata studiilor, iar mediul de origine al celor două populaţii nu diferă semnificativ. Situaţia întăreşte gradul de comparabilitate al grupurilor de liceeni din Odorheiu Secuiesc, respectiv al studenţilor din Cluj. Deoarece cercetările viitoare vor produce probabil şi diferenţe în timp care dizolvă anumite probleme, însă aduc altele, cercetătorului nu îi rămâne decât să ţină cont de limitele metodologice ale demersului comparativ, limite date de interdependenţa particularităţilor de vârstă, educaţie şi localitate.

4 Problema care apare este că efectul nivelului de educaţie nu este independent de efectul vârstei. Aşadar, nu ştim care sunt caracteristicile care provin din statutul studenţilor, respectiv din cel al liceenilor şi care sunt cele care pot fi interpretate ca efect al diferenţelor de vârstă. Pentru contracararea acestui neajuns ar trebui să deţinem date despre populaţia care a ieşit din sistemul de învăţământ, de vârstă similară.

5 Controlarea acesteia presupune alte cercetări în acelaşi oraş, în rândul elevilor înscrişi la diferite nivele de învăţământ. Posibilităţile sunt limitate, deoarece diferenţele dintre instituţiile de învăţământ superior din cele două oraşe ar genera alte probleme.

Material cu drept de autor

Considerăm că există alte trei probleme metodologice care necesită clarificare pentru a decide cum poate fi studiată cultura politică: (a) în rândul căror populații, (b) cu ce metodă și (c) care sunt criteriile metodologice fundamentale ce trebuie urmărite. Acestea sunt următoarele: la ce nivel poate fi analizată cultura politică? Cu ce metode poate fi cercetată cultura politică? Se poate evita capcana normativității?

3.1. La ce nivel se poate analiza cultura politică?

Printre analizele conținutului culturii politice găsim deopotrivă cercetări concentrate pe nivelul individului, al grupului sau al comunității. Mai mulți cercetători consideră că este nevoie de analiza concomitentă a diferitelor nivele dacă dorim să creionăm o imagine cât mai amplă. Însă W. Gabriel spune că – parafrazând definițiile date de Almond și Verba – cultura politică este proprie comunităților, statelor, națiunilor, în timp ce la nivel individual putem vorbi despre dispoziții (Gabriel 1997).

Disputa dintre abordările politicii culturale la nivel individual, respectiv colectiv este dizolvată de noțiunea de socializare politică. Socializarea presupune rolul de receptor activ al individului, care poate fi caracterizat prin învățarea unor cunoştințe, atitudini şi tipare. Socializarea presupune şi rolul de mediator al comunității, care transmite generației următoare un set de cunoştințe colective. Analiza noastră consideră că socializarea politică este un complex de procese prin care se constituie cultura politică.

3.2. Cu ce metodă să studiem cultura politică?

Au apărut numeroase critici la adresa cercetărilor care au utilizat metode cantitative pentru înțelegerea culturii politice. Printre acestea menționăm observația că utilizând metode cantitative, analiza este statică, normativă şi reduce atât noțiunea de cultură politică, cât şi pe cea de democrație.

Nu mai puțin importantă este problema dată de diferențele dintre semnificațiile atribuite noțiunilor de către analişti şi respondenți Întrebarea este: în ce măsură şi cum pot fi adaptate noțiunile pentru cunoaşterea cotidiană? Aşadar, cercetările cantitative trebuie să țină cont şi de faptul că pentru indivizi diferiți noțiunile au înțeles diferit.

Material cu drept de autor

O altă problemă este reprezentată de caracterul ipotetic al situațiilor la care răspund subiecții; în consecință, cunoașterea tiparelor comportamentale se bazează pe reacția la situații ipotetice. În ciuda criticilor, majoritatea cercetărilor referitoare la cultura politică utilizează în continuare metode calitative. Cercetătorul care optează pentru metode cantitative nu poate să facă altceva decât să țină cont de limitele metodei, respectiv să fie precaut în toate fazele cercetării: conceptualizare, operaționalizare și interpretare.

3.3. Capcana normativității

Trebuie să tratăm cu precauție acele abordări răspândite în literatura de specialitate care atribuie semnificație exagerată participării civice, respectiv acele tipologii care ordonează ierarhic culturile civice date. Participarea este un element necesar în funcționarea democrației – așa se asigură creșterea șanselor pentru o reprezentare conformă cu dorințele majorității, iar realizarea reprezentării nu ține de decizia unei minorități. Aceasta nu înseamnă că cei care participă activ la democrație pot fi considerați în vreun fel mai „dezvoltați" decât cetățenii pasivi.

Ne-am confruntat cu tentația perspectivei normative în cazul interpretării fiecărei dimensiuni a culturii politice analizate de noi: interesul pentru politică, nivelul de informare politică și acțiunile politice. Pentru că informarea politică a fost operaționalizată ca frecvența utilizării organelor de presă, credem că am reușit să evităm capcana normativității în această dimensiune. Dimensiunea cea mai expusă subiectivității în această lucrare este formarea opiniei politice. Dimensiunea conține evaluarea conflictelor dintre sistem, instituții și diferite grupuri sociale date. În acest sens atragem atenția asupra faptului că trebuie să evităm constrângerea comparativismului: dacă stabilitatea sistemului este măsurată prin gradul de mulțumire față de democrație, sistemul din România apare mai stabil decât cele din Europa de Vest.

Material cu drept de autor

4. Universul valorilor sociale

Acţiunile individuale se bazează pe valori, adică depind de anumite norme. Reliefarea valorilor ne informează mai amănunţit despre principiile directoare ale acţiunilor analizate. „În procesul de formare a valorilor individuale, cunoştinţele legate de societate se integrează în universul acestor valori, valorile în sine nu sunt independente de imaginea pe care o are individul despre societate sau «lume»" (Csata 2005: 134). În acelaşi timp, nu toate acţiunile se desfăşoară conform valorilor preferate de o persoană, de un grup dat. Acţiunile se schimbă şi în funcţie de situaţie. „Valorile sunt exprimate de acţiuni, însă nu sunt elementele constitutive ale acţiunii, pentru că definirea situaţiei concrete poate determina efectul acestora" (Csata 2005: 135). Valorile preferate de anumite persoane sau grupuri nu sunt neapărat în armonie, nu sunt neapărat dependente unele de altele şi nu sunt neapărat în armonie cu acţiunile. Legat de această problemă, am menţionat altundeva un exemplu din domeniul orientărilor axiologice faţă de politică, pe marginea discuţiei despre transformările semnificaţiei atribuite stângii şi dreptei politice. Un alt exemplu este dat de atitudinile contrare valorilor preferate: relaţia dintre sistemul de valori creştine şi reacţia de respingere faţă de ceilalţi, respectiv liberalismul tolerant şi şi izolarea faţă de atitudini diferite.

Sistemul de valori este o construcţie stabilă care se formează pe parcursul socializării. Stabilitatea poate fi exemplificată prin schimbare, deoarece schimbarea poate altera comportamentul, dar nu anulează sistemul valoric subiacent comportamentului anterior (Percheron 1999b). Totodată este important să menţionăm că în perioada de tranziţie, când individul este nevoit să se adapteze unei structuri şi unui mod de viaţă transformat, aceste structuri stabile se dezintegrează. Iar ciclul de viaţă supus atenţiei noastre, fiind de tranziţie, poate fi caracterizat prin schimbare.

Incoerenţa structurii şi a valorilor este considerată un neajuns al democraţiei la nivel de instituţii. Printre acestea poate fi menţionat dezechilibrul dintre preferinţa pentru valorile egalitare şi existenţa inegalităţilor şi a discriminării unor grupuri (Karstedt 2006). Din cele ce urmează vom afla măsura în care populaţia studiată consideră importante valorile egalitare ca, de exemplu, egalitatea sau toleranţa, respectiv în ce măsură preferă valorile individuale.

Material cu drept de autor

4.1. Ipoteze parțiale

Presupun că există diferențe între opțiunile tinerilor cu privire la semnificațiile atribuite diferitelor valori. Aceste diferențe se constituie în funcție de vârstă, etnicitate şi capitalul cultural deținut.

Cercetările anterioare (de exemplu Civil Kurázsi I, derulată în 1999-2000) au studiat orientările valorice prin analiza valorilor care puteau fi plasate pe o axă politică şi economică. Unul dintre cele mai importante învățăminte ale cercetării a fost acela că tinerii maghiar şi români gândesc în coordonate diferite. Cei din urmă sunt apropiați de diviziunea clasică utilizată în politologie, şi anume de orientările liberale, socialiste şi conservatoare. Pornind de la aceste rezultate, presupun că în rândul tinerilor există şi de data aceasta diferențe etnice în domeniul orientărilor valorice legate de politică.

Cercetările efectuate în anii '60 în Europa Centrală şi de Vest, precum şi în Statele Unite au relatat despre schimbări de stratificare survenite în orientările valorice. Rezultatele cercetărilor empirice mai recente arată că orientările valorice sunt mai difuze în relație cu stratificarea, iar tendința este mai accentuată în Est decât în Vest (Enyedi 2004). În urma aşa-numitului efect de elevator, fiecare strat social a ajuns la o situație mai favorabilă decât era în trecut (Beck 1997, 2003). Nu au fost identificate diferențe semnificative între diferitele straturi sociale nici în privința opiniilor politice, nici în privința preferințelor pentru partide, nici în comportamentul electoral. Totuşi, presupun că particularitățile izvorâte din apartenența la un anumit strat social sunt relevante în rândul tinerilor din România de azi. Totodată cred că copiii proveniți din familii cu statut social scăzut au o dispoziție mai accentuată pentru acceptarea autoritarianismului.

4.2. Analiza orientărilor valorice

Valorile sociale considerate importante pot fi analizate pe mai multe dimensiuni. O astfel de dimensiune este cea care arată natura sistemului format de valorile considerate importante. Pe lângă analiza valorilor sociale, doresc să studiez orientările cristalizate din corpusul de valori politice. Acestea din urmă sunt semnificative şi din perspectiva operaționalizării culturii politice ca şi cultură policy. Cultura policy, ca abordare, include preferințele electorale, relația cu instituțiile, respectiv gradul

Material cu drept de autor

de mobilizare. Însă, după cum reiese şi din capitolul referitor la acţiunile politice, rolul preferinţelor electorale în acest model este problematic din mai multe privinţe. Pe de o parte, pentru că majoritatea studenţilor maghiari votează UDMR-ul, astfel că acest factor nu îi diferenţiază. Pe de altă parte, dacă vom recurge la analiza intenţiei de participare în locul preferinţelor, vom ajunge la aceeaşi concluzie conform căreia din cauza ponderii mari a celor care au intenţia să participe la votare, nici acest element nu poate fi utilizat eficient în analiza culturii policy. Consider că abordarea optimă a preferinţelor electorale este cea dată de analiza orientărilor politice. Preferinţele electorale nu sunt independente de orientările valorice, însă în rândul studenţilor desluşim sisteme similare ca şi conţinut şi sens cu imaginile despre lume articulate de partide. Aceasta este raţiunea pentru care la analiza orientărilor valorice mă voi întoarce din nou la cultura policy.

Măsurarea prin metoda ordonării ierarhice şi a scalei Lickert sunt cele mai răspândite două metode de abordare a normelor, valorilor şi atitudinilor cu ajutorul chestionarelor. Noi am optat pentru scala Lickert. În literatura de specialitate s-au răspândit mai multe scale de valori. Una dintre acestea este sistemul elaborat de Rokeach în 1968. Rokeach defineşte valori orientate spre scop şi valori instrumentale, de rutină. Valorile orientate spre scop se leagă de obiectivele pe care le are individul, obiective legate de ce anume vrea să atingă în viaţă. Astfel de valori sunt: libertatea, viaţa interesantă, variată. Valorile instrumentale sunt cele care determină, reglementează comportamentul şi acţiunea, cum ar fi toleranţa etc. Inglehart vorbeşte despre valori materiale şi postmateriale. Valorile materiale includ banii, proprietatea, iar cele postmateriale cunoştinţele, artele.

La elaborarea scalei de valori am ţinut cont de măsura în care ele pot fi comparate cu rezultatele cercetărilor anterioare. Astfel, am elaborat o scală care conţine valori „testate" de anchete sociologice anterioare. Acestea sunt în majoritate valori orientate spre scop, valori ce provin din testul Rokeach. O parte a valorilor enumerate sunt valori individuale ce se leagă de sfera privată, cum ar fi familia, dragostea, prietenia. Cealaltă parte a valorilor se referă la comunităţi: patriotism, protecţia minorităţilor naţionale. Ancheta în rândul studenţilor a cuprins douăzeci şi patru de valori, în majoritate valori comunitare şi politice. La acestă listă de valori am adăugat alte paisprezece valori. Astfel, în ancheta desfăşurată în rândul liceenilor am lucrat cu treizeci şi şase de valori, printre care şi valori individuale.

Material cu drept de autor

Valorile de libertate, prietenie, cunoaştere, familie, timp liber, moralitate, progres, apărarea drepturilor, egalitate, cinste, dragoste, muncă, distracţie, proprietate, apărarea intereselor naţionale şi protecţia minorităţilor ocupă un loc proeminent printre cele enumerate în anchetă. 90% dintre subiecţi consideră că aceste valori sunt foarte importante sau mai degrabă importante. Valorile care nu au fost considerate importante sunt: politica, radicalismul, naţionalizarea, antirasismul, religiozitatea, autoritarianismul, exigenţa, renumele. Pe baza răspunsurilor, pare că anumite noţiuni sunt neclare pentru liceeni.

Tabelul următor arată mediile valorilor în ordinea importanţei. Într-un alt tabel indic diferenţele semnificative în raport cu genul, originea, capitalul cultural şi economic, religiozitate şi forma de învăţământ. Cele mai importante grupe de valori s-au dovedit a fi următoarele: prietenia, familia, dragostea, urmate de libertate, cinste, egalitate şi cunoaştere, progres, timp liber şi muncă. Mai puţin importante sunt politica, naţionalizarea, radicalismul, antirasismul (tabelul nu conţine media fiecărei valori; de exemplu, politica a fost evaluată doar de liceeni şi se pare că în această etapă prepolitică a vieţii lor liceeni au plasat politica pe ultimul loc al valorilor enumerate). Rezultatele sunt similare cu cel referitoare la tinerii de 15-29 de ani din cercetarea MOZAIK 2001.

Dacă analizăm universul valorilor sociale, avem posibilitatea de a discuta diferenţele etnice, de vârstă şi cele de stratificare prin compararea mediilor şi a structurilor factoriale obţinute. Să începem cu trecerea în revistă a valorilor care sugerează preferinţe etnice, preferinţe de vârstă, respectiv a similarităţilor şi a diferenţelor dintre cele trei populaţii studiate. Există valori care sunt prioritare în fiecare grup. Aici pot fi menţionate libertatea, progresul, cinstea, apărarea drepturilor, moralitatea, dreptatea socială, apărarea intereselor naţionale. Un rezultat semnificativ, interpretabil ca diferenţă etnică naturală, este protecţia minorităţilor ca valoare prioritară din perspectiva minoritară. Din perspectiva majorităţii ea este plasată în rândul valorilor mai puţin importante. Diferenţele dintre preferinţele pentru toleranţă şi antirasism sunt legate de vârstă, însă nu sunt independente de domiciliu şi de nivelul de educaţie. Aceste valori liberale nu au aceeaşi greutate în sistemul de valori al liceenilor ca în cel al studenţilor. Situaţia poate fi atribuită mediului de origine (zone cu majoritate maghiară) versus experienţe noi, precum şi rolului universităţii ca agent de socializare. În ansamblu, putem trage concluzia că în afară de câteva excepţii, preferinţele exprimate pentru valorile politice sunt similare în grupurile etnice şi în categoriile de vârstă cu care am lucrat.

Material cu drept de autor

Tabelul 1. Valorile sociale considerate importante de tineri, medii,[6] (1-deloc important...4-foarte important)

	Liceeni (N=368)	Studenți (N=792)	Studenți maghiari (N=174)	Studenți români (N=620)
Prietenie	3,9	n.a.	n.a.	n.a.
Libertate	3,8			
Familie	3,8	n.a.	n.a.	n.a.
Cunoaştere	3,8	n.a.	n.a.	n.a.
Progres	3,7	3,6	n.s.	
Cinste	3,7	3,5	n.s.	
Dragoste	3,7	n.a.	n.a.	n.a.
Timp liber	3,7	n.a.	n.a.	n.a.
Egalitate	3,7	3,3	3,5	3,2
Muncă	3,6	n.a.	n.a.	n.a.
Venit	3,6	3,7	3,7	
Moralitate	3,6	3,5	3,3	3,5
Distracţie	3,6	n.a.	n.a.	n.a.
Protecţia minorităţilor naţionale	3,5	2,8	3,6	2,6
Proprietate	3,5	n.a.	n.a.	n.a.
Dreptate socială	3,5	3,4	3,5	3,4
Bani	3,4	n.a.	n.a.	n.a.
Apărarea intereselor naţionale	3,4	3,2	3,3	3,2
Toleranţă	3,2	3,3	3,6	3,3
Patriotism	3,1	2,7	2,6	2,8
Respectarea tradiţiilor	3,1	2,7	2,9	2,6
Acceptarea celuilalt	3,0		2,7	3,1
Sprijinirea integrării europene a României	3,1	3,2	n.s.	
Profesionalism	3,0	3,6	3,2	3,6
Protecţie socială	2,9			
Renume	2,8	n.a.	n.a.	n.a.
Religiozitate	2,8			
Exigenţă	2,7	2,6	n.s.	
Antirasism	2,7	3,1	n.s.	
Autoritarianism	2,7	2,2	2,4	2,2

6 Semnificaţia F cu excepţia rubricilor semnalate 0,000.

Material cu drept de autor

În raport cu mediul social de origine putem identifica mai multe diferențe în subgrupurile de *liceeni*. În cazurile în care există diferențe semnificate în raport cu genul respondenților, fetele sunt cele pentru care valorile sunt considerate mai importante. Cu o singură excepție, diferențele în raport cu mediul de proveniență rural-urban înseamnă că unele valori sunt mai importante pentru cei din mediul rural. În privința proprietății situația se schimbă; această valoare este preferată mai ales de orășeni.

În raport cu religiozitatea am găsit diferențe semnificative la 14 valori. Națiunea, banii și renumele contează mai mult pentru cei mai puțin religioși. Inglehart, pornind de la McCutcheon, presupune că există o relație între preferințele pentru valorile religioase și cele ale materialismului, în sensul în care cei mai religioși sunt și mai materialiști. Ipoteza a fost confirmată în cazul populației din Germania de Vest, în timp ce a fost infirmată la germanii din Est, pentru că aici cei religioși nu s-au dovedit a fi mai materialiști decât cei mai puțin religioși (McCutcheon 1993). Ipoteza relației dintre preferința pentru bani și religie este infirmată în rândul tinerilor studiați.

Din perspectiva deținerii capitalului cultural, religia, exigența, cinstea și privilegiile moștenite sunt mai importante pentru membrii familiilor rurale cu un nivel de educație mai scăzut. În raport cu capitalul economic am identificat o diferențiere coerentă: protecția socială este mai importantă pentru cei care se află într-o situație materială mai puțin favorabilă, în timp ce valorile legate de consum – cum ar fi distracția, proprietatea și renumele – sunt mai importante pentru cei cu o situație materială mai bună. După cum arată tabelul, cele mai multe diferențe semnificative între diferitele subgrupuri apar în evaluarea valorilor precum renumele, religiozitatea și exigența.

Material cu drept de autor

Tabelul 2. Valorile importante pentru liceeni, medii în raport cu tipul de învăţământ, gen şi capitalul familiei din care provin (1-deloc important ...4-foarte important,[7] N=368)

	Şcoală profesională	Liceu teoretic	Băiat	Fată	Oraş	Sat	Religie+	Moderat	Religie -	Capital cultural-	Capital cultural+	Material -	Material mediu	Material +
Sfera privată şi statul de drept														
Prietenie			3,80	3,89										
Libertate							3,87	3,87	3,67					
Familie	3,87	3,76	3,73	3,90			3,86	3,85	3,65					
Cunoaştere			3,71	3,84			3,82	3,78	3,63					
Progres	3,75	3,62												
Cinste	3,75	3,57					3,75	3,71	3,33	3,78	3,61			
Dragoste			3,55	3,75										
Egalitate	3,28	2,94	3,56	3,72	3,58	3,79								
Muncă			3,51	3,72			3,67	3,67	3,33					
Moralitate							3,69	3,59	3,30					
Distracţie												3,30	3,63	3,71
Proprietate					3,56	3,40						3,28	3,51	3,69
Valori tradiţionale şi postmateriale														
Bani	3,52	3,34					3,31	3,51	3,59			3,30	3,45	3,69
Apărarea intereselor naţionale							3,30	3,48	3,48					

7 F este semnificativ cu excepţia rubricilor necompletate.

Toleranță	3,08	3,46												
Patriotism	3,28	2,94			3,06	3,14	3,21	3,19	2,80					
Respectarea tradițiilor	3,22	2,99			3,04	3,25								
Acceptarea celuilalt														
Autoritarianism							3,20	3,13	2,67					
Sprijinirea integrării europene a României							3,11	3,16	2,71					
Arte	2,97	3,23												
Valori sociale premoderne şi moderne														
Protecție socială												3,26	2,90	2,90
Privilegii moştenite	3,02	2,71	2,77	2,98	2,80	3,05				3,07	2,78			
Renume	2,87	2,62	2,94	2,62			2,61	2,84	3,07			2,25	2,84	3,07
Religiozitate			2,59	2,85	2,61	2,98	3,15	2,72	1,64	2,92	2,65			
Exigență			2,57	2,85	2,62	2,94	2,84	2,73	2,37	2,91	2,65			
Autoritarianism					2,61	2,85								
Naționalizare	2,62	2,37	2,28	2,69	2,41	2,73								
Politică	2,32	2,12										2,49	2,15	2,33

Capitalul economic al familiei nu influenţează preferinţele valorice ale studenţilor. Singura excepţie este moralitatea: preferinţa pentru moralitate descreşte odată cu creşterea capitalului economic.

Diferenţele în raport cu genul înseamnă, în majoritatea cazurilor, că fetele consideră valorile date mai importante decât băieţii. Observăm că există o excepţie în preferinţele studenţilor români: fetele atribuie importanţă mai mică exigenţei.

Am presupus că există diferenţe între preferinţe raportate la capitalul cultural al familiei. Ipoteza a fost confirmată parţial, în cazul unor valori. Grupul care deţine capital cultural mai înalt consideră mai puţin importante valorile morale generale. Pentru maghiarii cu situaţie mai bună toleranţa, cultura şi profesionalismul sunt mai importante decât pentru ceilalţi.

Tabelul 3. Valori importante pentru studenţi, medii[8] în raport cu genul şi capitalul cultural (1-deloc important...4-foarte important)

	Studenţi maghiari (N=174)				Studenţi români (N=620)			
	Băiat	Fată	Capital cultural mediu	Capital cultural înalt	Băiat	Fată	Capital cultural mediu	Capital cultural înalt
Cinste					3,38	3,54		
Moralitate	3,18	3,39	3,82	3,77	3,39	3,58		
Dreptate socială	3,43	3,60						
Cultură	3,48	3,62	3,50	3,62				
Toleranţă			3,47	3,63				
Profesionalism			3,10	3,34				
Privilegii moştenite	1,67	2,08					2,05	1,85
Religiozitate	2,57	2,80	2,91	2,57	2,64	2,87	2,97	2,68
Exigenţă			2,69	2,50	2,72	2,49		
Antirasism					2,93	3,20		
Autoritarianism			2,46	2,28				
Radicalism	2,13	2,39						
Naţionalizare	1,53	1,87						

8 F este semnificativ cu excepţia rubricilor necompletate (mai mic de 0,050).

Material cu drept de autor

Supunând analizei factoriale valorile considerate importante de către liceeni, am creat 6 factori. Numirea factorilor găsiți a fost oarecum problematică pentru că factorii nu sunt pe deplin omogeni. Primul factor conține valorile morale generale. Factorul legat de petrecerea timpului liber și consum, apărut în mod natural în acest ciclu de viață a tinerilor, cuprinde și valoarea banilor. Familia, dragostea au intrat în factorul sferei private. Tot aici și-a găsit locul, deși cu o pondere mai mică, și munca. Probabil că autoritarianismul ca model s-a dezvoltat pe parcursul socializării în familie și la școală în rândul unui grup mai mic de studenți. Protecția minorităților și profesionalismul formează în tandem un alt factor. În cele din urmă, ultimul factor a fost denumit feudalism, pentru că privilegiile moștenite și respingerea apărării drepturilor au o prezență accentuată.

Tabelul 4. Structura factorială a valorilor importante pentru liceenii din Odorheiu Secuiesc. Metoda: maximum likelihood

	Pondere factorială
Valori morale generale (12%)	
Moralitate	,697
Protecţia drepturilor	,630
Cinste	,609
Libertate	,474
Religiozitate	,332
Caracter, demnitate umană	,307
Hedonism, individualism, consum (9%)	
Timp liber	,820
Distracţie	,795
Bani	,391
Sfera privată (8%)	
Familie	,774
Dragoste	,604
Muncă	,331
Autoritarianism (7%)	
Autoritarianism	,635
Respectarea autorităţii	,601
Radicalism	,515

Material cu drept de autor

Protecţia minorităţilor (5%)	
Protecţia minorităţilor naţionale	,568
Profesionalism	,485
Feudalism, valori premoderne (3%)	
Privilegii moştenite	,342
Apărarea drepturilor	-,320

În cele ce urmează voi grupa cele douăzeci şi patru de valori politice care fac parte fără excepţie din ancheta în rândul studenţilor. Pentru compararea structurilor factoriale ale celor trei populaţii voi utiliza denumirile introduse de Kiss Tamás (Kiss 2000), cu excepţia câtorva cazuri. Se cristalizează aproape acelaşi conţinut pentru cele trei grupuri în ceea ce priveşte factorul liberalismului tolerant şi explică raportul similar al varianţei. Un element comun al liceenilor şi al studenţilor români este conţinutul similar al factorului legat de valorile morale generale. Preferinţele studenţilor sunt caracterizate de structurarea factorială a valorilor liberalismului pragmatic, dreptăţii sociale şi naţionalismului conservator. Analiza răspunsurilor date de liceenii şi studenţii maghiari arată articularea a doi factori: etatismul conservator şi protecţia minorităţilor. Nu există un răspuns simplu la întrebarea dacă etnia sau ciclul de viaţă are influenţă mai mare asupra preferinţelor axiologice legate de politică. Dacă ar fi să plasăm pe un plan populaţiile conform structurii factoriale, vom vedea că grupurile de studenţi sunt cele mai apropiate. Distanţa ar fi oarecum mai mare între studenţii şi liceenii maghiari. Cea mai mare distanţă se află între liceenii maghiari şi studenţii români. Aşadar, răspunsul la întrebarea de mai sus ar fi că deşi criteriul vârstei – forma de învăţământ – şi al domiciliului este primar, apartenenţa etnică are la rândul ei un rol semnificativ.

Tabelul 5. Structura factorială a valorilor politice importante pentru liceenii din Odorheiu Secuiesc. Metoda: maximum likelihood

Valori morale generale (10%)	Pondere factorială
Moralitate	,714
Apărarea drepturilor	,639
Cinste	,622
Religiozitate	,374
Dreptate socială	,323

Material cu drept de autor

Etatism conservator (6%)	
Privilegii moştenite	,531
Naţionalizare	,506
Autoritarianism	,468
Liberalism tolerant (5%)	
Toleranţă	,765
Acceptarea celuilalt	,582
Antirasism	,266
Pragmatism (5%)	
Profesionalism	,534
Radicalism	,409
Exigenţă	,315
Protecţie socială	,280
Sprijinirea integrării europene a României	,276
Naţionalism conservator (5%)	
Respectarea tradiţiilor	,710
Cultură	,540
Apărarea intereselor naţionale	,268
Patriotism	,263
Liberalism (4%)	
Libertate	,856
Egalitate	,355
Protecţia minorităţilor (4%)	
Protecţia minorităţilor naţionale	,815

Tabelul 6. Structura factorială a valorilor importante pentru studenţii maghiari. Metoda: maximum likelihood

Naţionalism conservator (8%)	Pondere factorială
Religiozitate	,721
Moralitate	,546
Respectarea tradiţiilor	,537
Patriotism	,519
Apărarea intereselor naţionale	,369
Dreptate socială (7%)	
Libertate	,694

Material cu drept de autor

Egalitate	,578
Cinste	,462
Dreptate socială	,349
Etatism conservator (7%)	
Naționalizare	,643
Privilegii moştenite	,613
Autoritarianism	,581
Radicalism	,365
Liberalism pragmatic (5%)	
Profesionalism	,611
Sprijinirea integrării europene a României	,496
Progres	,273
Protecţia minorităţilor (5%)	
Protecţia minorităţilor naţionale	,880
Liberalism tolerant (4%)	
Toleranţă	,636
Cultură	,355
Antirasism	,344
Legalism (3%)	
Apărarea drepturilor	,556
Exigenţă	,446

Tabelul 7. Structura factorială a valorilor importante pentru studenții români. Metoda: maximum likelihood

Valori morale generale (7%)	Pondere factorială
Cinste	,644
Moralitate	,584
Apărarea drepturilor	,510
Liberalism pragmatic (7%)	
Profesionalism	,578
Sprijinirea aderării României la Uniunea Europeană	,513
Progres	,419
Cultură	,391

Material cu drept de autor

Naţionalism conservator (6%)	
Patriotism	,685
Tradiţii	,506
Religiozitate	,476
Apărarea intereselor naţionale	,400
Feudalism (6%)	
Radicalism	,711
Privilegii moştenite	,636
Exigenţă	,372
Liberalism tolerant (5%)	
Toleranţă	,611
Antirasism	,389
Căutarea diferenţei	,370
Protecţia minorităţilor naţionale	,359
Etatism autoritar (5%)	
Autoritarianism	,638
Egalitate	,481
Naţionalizare	,406
Dreptate socială (4%)	
Dreptate socială	,924
Protecţie socială	,269

Dacă comparăm mediile factorilor, vom afla ce structuri valorice caracterizează mai degrabă fetele, respectiv băieţii. Fetele pot fi caracterizate mai degrabă de valorile morale generale şi ale liberalismului tolerant, atât în grupul studenţilor români, cât şi în cel al liceenilor. Etatismul conservator şi naţionalismul conservator apar mai pronunţat în rândul fetelor de liceu şi în grupul studentelor maghiare. Protecţia minorităţilor este singurul sistem de valori mai răspândit în grupul băieţilor de liceu.

Capitalul economic deţinut de familia din care provin tinerii are o influenţă slabă asupra structurii factoriale a valorilor. Naţionalismul conservator, cristalizat în populaţia studenţilor maghiari, este în relaţie inversă cu capitalul economic,[9] iar la studenţii români factorul interpretat ca etatism conservator este corelat pozitiv cu capitalul economic.[10] În grupul liceenilor structura factorială creată de capitalul cultural şi valo-

9 Coeficient de corelaţie: -0,136.
10 0,123.

Material cu drept de autor

rile politice arată că cele două sunt independente. Capitalul cultural are o influenţă la fel de slabă asupra structurii factoriale. La liceeni etatismul conservator este în relaţie inversă cu capitalul cultural;[11] naţionalismul conservator al studenţilor maghiari este în relaţie inversă cu capitalul cultural, iar liberalismul tolerant corelează pozitiv cu capitalul cultural.[12] La studenţii români factorii sunt independenţi de capitalul cultural. Religiozitatea liceenilor este corelată negativ cu doi factori, şi anume cu valorile morale generale şi cu etatismul conservator.

Este momentul să analizăm pe baza preferinţelor valorice ipoteza parţială referitoare la diferenţele de vârstă şi etnice. Exceptând orientarea legată de valorile morale generale, diferenţele dintre cele trei populaţii sunt semnificative. Sistemele de valori definite ca etatism conservator şi naţionalism conservator sunt acceptate de liceeni şi respinse de studenţi. Liberalismul tolerant este cel mai caracteristic studenţilor maghiari şi în cea mai mică măsură studenţilor români, iar liberalismul pragmatic este o caracteristică a studenţilor români şi mai puţin a studenţilor maghiari. Tendinţele sunt identice şi în funcţie de vârstă şi etnie.

Mai departe voi vorbi despre relaţia dintre preferinţele legate de valorile politice şi alte dimensiuni ale culturii politice. Aşadar, analizez relaţia dintre interesul, orientarea şi informarea politică, pe de o parte, şi valorile preferate, pe de altă parte. Coeficienţii corelaţiilor semnificative sunt prezentaţi în următorul tabel. Orientarea politică a liceenilor nu este relaţionată cu scorurile factorilor create din valorile politice. Tabelul ne arată că preferinţa pentru etatismul conservator şi feudalismul din eşantionul studenţilor români scade odată cu creşterea gradului de informare politică. Celelalte sisteme de valori sunt în relaţie directă cu alte dimensiuni ale culturii politice. De exemplu, preferinţa pentru liberalismul pragmatic creşte odată cu creşterea gradului de interes pentru politică şi informare.

11 Coeficient de corelaţie: -0,173.
12 -0,167, respectiv 0,183.

Material cu drept de autor

Tabelul 8. Relaţia dintre factorii valorilor politici şi interesul, orientarea şi informarea politică (coeficienţi de corelaţie semnificativă)

	Liceeni (N=368)		Studenţi maghiari (N=174)			Studenţi români (N=616)			Studenţi (N=790)		
	interes	orientare	interes	orientare	informare	interes	orientare	informare	interes	orientare	informare
Etatism conservator		-,213			-,231						-,187
Liberalism pragmatic	,152	,206			,202	,161	,166	,234	,099	,153	,217
Liberalism tolerant		,165			,149			,182	,112		,159
Naţionalism conservator				,129		,135			,131		
Protecţia minorităţilor	-,145		,149	,162	,137						
Valori morale								,130			,139
Dreptate socială					,110						
Legalism					,153						
Feudalism								-,213			

Pentru controlul coerenţei răspunsurilor am analizat relaţia dintre distanţa socială şi valorile liberalismului tolerant. Mediile arată că tinerii mai toleranţi, în comparaţie cu colegii lor cu prejudecăţi, preferă valorile liberale în toate cele trei grupuri analizate. Relaţia dintre distanţa socială şi factorul liberalismului tolerant este similară. Tinerii din clusterul tolerant sunt suprareprezentaţi în rândul celor care-şi asumă sistemul de valori al liberalismului tolerant. În acelaşi timp, cei care sunt caracterizaţi de prejudecăţi nu consideră că aceste valori sunt importante. Nu există diferenţe de vârstă în acest sens.

Material cu drept de autor

Tabelul 9. Evaluarea valorilor legate de toleranţă în clusterele organizate în funcţie de distanţa socială, medii (1 – deloc important, 4 – foarte important)

		Toleranţă	Antirasism
Liceeni (N=267)	tolerant	3,51	2,93
	Cu prejudecăţi	3,23	2,65
Studenţi (N=591)	tolerant	3,40	3,17
	Cu prejudecăţi	3,22	2,96
Studenţi maghiari (N=150)	tolerant	n.s.	3,36
	Cu prejudecăţi		3,09
Studenţi români (N=441)	tolerant	3,37	n.s.
	Cu prejudecăţi	3,18	

Am presupus că relaţia dintre distanţa socială şi sistemul de valori se articulează şi ca o relaţie între autoritarianism şi prejudecăţi. Relaţia a fost abordată prin analiza atitudinii tinerilor din grupul celor toleranţi, respectiv din al celor cu prejudecăţi faţă de valorile autoritarianismului, respectiv ale etatismului conservator. În rândul studenţilor români şi al liceenilor distanţa socială este independentă de sistemul de valori al autoritarianismului. Autoritarianismul este corelat doar cu o distanţă socială semnificativ mai mare în raport cu evreii (coeficient de corelaţie: 0,160). În rândul liceenilor prejudecăţile şi autoritarianismul nu sunt corelate. Atitudinea cu prejudecăţi este caracteristică studenţilor maghiari ataşaţi de valorile naţionalismului conservator şi al etatismului conservator. Cei care consideră că protecţia minorităţilor este importantă manifestă o distanţă mai mare faţă de membrii altor naţiuni, ceea ce denotă etnocentrismul celor care preferă valoarea de protecţie a minorităţilor dintr-o perspectivă minoritară. Autoritarianismul studenţilor maghiari este legat de un comportament caracterizat de mai multe prejudecăţi faţă de românii din Regat, maghiarii din Ungaria şi evrei.

Care este relaţia dintre valorile preferate şi acţiunea politică postconvenţională? Dar dintre valori, pe de o parte, şi mobilizarea pentru semnarea unor petiţii şi acţiuni civice?

Compararea mediilor ponderilor factoriale în funcţie de grupuri de participanţi şi iniţiatori arată că preferinţa pentru valorile morale generale, etatismul conservator şi liberalismul tolerant în rândul liceenilor

Material cu drept de autor

apar împreună cu implicarea în strângerea de semnături pentru participarea proporțională a femeilor în parlament. În cazul valorilor morale și al liberalismului tolerant concurența acestora corespunde noțiunii de egalitate de drepturi. Etatismul conservator și strângerea de semnături pentru participarea proporțională a femeilor în parlament sunt relaționate. Sistemul de valori al naționalismului conservator se relaționează cu strângerea de semnături pentru îmbunătățirea situației studenților și a lichidării combinatelor chimice poluante.

Dintre sistemele valorice ale studenților maghiari, naționalismul conservator întărește neparticiparea lor la acțiunile de strângere de semnături inițiate de organizațiile studențești, în timp ce legalismul întărește participarea, iar liberalismul tolerant inițiativa. Naționalismul conservator întărește participarea la obiectivul reprezentării proporționale a femeilor în parlament și ignoră acțiunea de anulare a satisfacerii obligatorii a stagiului militar. Tinerii pentru care valorile dreptății sociale sunt importante doresc să-și asume inițiativa în domeniul protecției mediului. Sistemul de valori al liberalismului pragmatic nu este compatibil cu ignorarea acțiunilor de strângere de semnături pentru reprezentarea proporțională a femeilor în parlament.

Studenții români atașați de valorile naționalismului conservator ar participa la strângerea de semnături pentru îmbunătățirea situației studenților, închiderea combinatelor chimice poluante și anularea stagiului militar obligatoriu, în timp ce studenții pentru care dreptatea socială este o valoare importantă nu ar participa la acțiuni inițiate de organizații studențești, însă ar strânge semnături pentru protejarea mediului. Evident, cei pentru care privilegiile moștenite sunt importante nu ar participa nici la acțiuni menite să îmbunătățească situația studenților, nici la acțiuni care vizează închiderea fabricilor poluante.

În cazul liceenilor și al studenților români calitatea de membru într-o organizație este independentă de sistemul de valori asumat; în cazul studenților maghiari membrii diferitelor organizații sunt suprareprezentați în rândul celor care preferă valorile naționalismului conservator și ale protecției minorităților și sunt subreprezentați în rândul celor care preferă valorile etatismului conservator.

Activismul politic (un indicator sintetic al acțiunilor politice convenționale și neconvenționale) nu este independent de sistemul de valori. Grupul de pasivi este caracterizat mai ales de respingerea orientării valo-

Material cu drept de autor

rice a naţionalismului conservator, iar grupul celor activi este caracterizat de acceptarea liberalismului tolerant.

Din cauza particularităţilor politicii maghiare şi române din România[13] şi din cauza numărului mare al celor care intenţionează să voteze, comportamentul electoral nu s-a dovedit a fi un factor diferenţiator. De aceea, în cele ce urmează voi aborda mobilizarea, atitudinea faţă de instituţii şi valorile politice pentru a crea o imagine despre cultura policy. Am fost nevoită să exclud sistemul de valori liberale (tolerant şi pragmatic). S-au format trei clustere, care apar în ponderi diferite în populaţiile studiate. Primele două formează perechi de opoziţii. În timp ce primul grup, cel mai numeros, nu are încredere în instituţii, nu răspunde la mobilizare şi respinge sistemul de valori conservatoare, cel de-al doilea poate fi caracterizat prin încrederea faţă de instituţii, participarea în acţiuni politice neconvenţionale şi acceptarea valorilor conservatoare, iar al treilea grup, cel mai mic, este caracterizat de ataşamentul faţă de valorile morale generale, rolul de iniţiator în acţiuni politice convenţionale şi încredere moderată în instituţii. Diferenţele etnice nu sunt sistematice.

Tabelul 10. Clusterele culturii policy (%)

	Liceeni	Studenţi	Studenţi maghiari	Studenţi români
Pasiv, suspicios, neconservator	42	62	61	62
Participant, încrezător, conservator	37	19	24	18
Iniţiator, încredere moderată, moral	21	19	15	20
Cramer V şi număr de cazuri	,207*** (N=845)		ns. (N=541)	

Nivele de semnificaţie: *** < 0.01, ** < 0.05

Mărimea clusterelor ce se diferenţiază pe baza culturii policy variază în raport cu anumite caracteristici ale statutului social şi economic. Populaţia rurală şi cei care deţin capital cultural mai scăzut decât media sunt subreprezentaţi în primul grup şi suprareprezentaţi în al doilea şi într-o mai mică măsură în cel de-al treilea. Capitalul economic, intere-

13 Avem în vedere problema menţionată în capitolul teoretic, conform căreia avem de-a face cu două structuri diferite în care studenţii români aleg dintre partide, iar studenţii maghiari (care votează pentru un partid maghiar) votează de fapt pentru reprezentarea parlamentară.

Material cu drept de autor

sul pentru politică, consumul media şi informarea nu produc diferenţe în clusterele culturii policy.

Sintetizând rezultatele prezentate în acest studiu, putem formula câteva afirmaţii importante. Preferinţele valorice sunt diferite în funcţie de unele elemente ale originii sociale, cum ar fi vârsta şi etnicitatea. Liceenii preferă valorile conservatoare (etatism şi naţionalism), studenţii maghiari liberalismul tolerant, iar studenţii români mai ales liberalismul pragmatic. Datele sugerează că diferenţele de vârstă sunt mai relevante decât cele etnice în configurarea valorile legate de orientarea politică.

Sistemele de valori conservatoare sunt caracteristice mai ales populaţiei rurale şi indivizilor cu capital cultural scăzut, celor care sunt mai puţin interesaţi de politică, se informează rar, respectiv nu au informaţii despre stânga şi dreapta politică. Interesul faţă de politică, orientarea şi informarea sunt ataşate sistemului de valori liberale. Nu se confirmă ipoteza parţială conform căreia orientările valorice sunt legate de stratificare.

Relaţia dintre valorile politice şi distanţa socială confirmă ipoteza conform căreia atitudinea de respingere, respectiv de acceptare a membrilor altor naţiuni coexistă cu sistemul de valori conservatoare, respectiv liberale.

Mobilizarea şi valorile politice sunt asociate în mai multe dimensiuni atât în cazul liberalilor, cât şi în cel al conservatorilor. Ambele apar împreună mai degrabă cu participarea la acţiuni de strângere de semnături şi mai puţin cu iniţiativa.

Cel mai relevant rezultat al studiului este că în loc de preferinţele electorale am încercat să schiţez o imagine despre cultura policy prin analiza concomitentă a orientărilor politice, a mobilizării şi a încrederii faţă de instituţii. Analiza cluster a scos la iveală trei tipuri. Grupul cel mai numeros s-a dovedit a fi grupul celor pasivi, suspicioşi, care resping valorile conservatoare. Celălalt tip este exact contrariul, participă la strângerea de semnături, are încredere în instituţii şi preferă valorile conservatoare. În sfârşit, cel de-al treilea grup acceptă valorile morale generale, îşi asumă iniţiativa şi are încredere moderată în instituţii. Se pare că există diferenţe de vârstă semnificative în raport cu mărimea grupurilor create în funcţie de cultura policy.

Material cu drept de autor

Bibliografie

ALMOND, Gabriel – POWELL, Bingham G.
1996 *Összehasonlító politológia.* Osiris, Budapest.

BECK, Ulrich
1997 Túl renden és osztályon? In: ANGELUSZ Róbert (coord.): *A társadalmi rétegződés komponensei.* Új Mandátum, Budapest, 418–468.
2003 *A kockázat-társadalom, út egy másik modernitásba.* Századvég, Budapest.

CSATA István
2005 Az erdélyi magyar fiatalok értékeiről. In: VERES Valér – GÁBOR Kálmán (coord.): *A perifériáról a centrumba.* Belvedere – Max Weber Társadalomkutató Alapítvány, Budapest, 133–161.

ENYEDI Zsolt
2004 Pártpolitika a posztkommunista világban és Nyugat-Európában. *Politikatudományi Szemle* (3) 121–141.
2005 Párhuzamos és széttartó tendenciák. Ezredfordulós pártpolitika a posztkommunista világban és Nyugat-Európában. In: GAZDAG Ferenc (coord.): *A kibővített Európai Unió. Hatalom, választások, külpolitika.* Kodolányi Főiskola, Székesfehérvár, 22–33.

GABRIEL, Oskar W.
1997 Politikai beállítódás és politikai kultúra. *Szociológiai Figyelő* (1–2) 53–85.

KARSTEDT, Susanne
2006 Democracy, Values, and Violence. Paradoxes, Tensions, and Comparative Advantages of Liberal Inclusion. In: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 50–81.

KÉRI László
1999 A politikai szocializációról. In: BAYER József – A. GERGELY András – KULCSÁR Kálmán (coord.): *A politikatudomány arcai.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 324–346.

KISS Tamás
2000 Az ifjúsági életszakasz és jövőstratégiák észak-erdélyi nagyvárosi középiskolások körében. In: VERES Valér (coord.): *Nemzeti vagy nemzedéki integráció?* Limes – Új Mandátum, Kolozsvár – Budapest, 109–143.

Material cu drept de autor

LÁZÁR Guy
1993 Jólét vagy szabadság? Közvélemény-kutatások a rendszerváltásról. *Mozgó Világ* (8) 39–51.
MCCUTCHEON, Allan L.
1993 *Religiozity and Support for Democracy in the Old and New Bundesländer.* American Statistical Association Conference, 1166–1172 .
MUXEL, Anne
1999 Az ifjúkor politikai moratóriuma. In: SZABÓ Ildikó – CSÁKÓ Mihály (coord.): *A politikai szocializáció.* Új Mandátum, Budapest, 100–124.
PERCHERON, Annick
1999a A politikai szocializáció fogalmának története. In: SZABÓ Ildikó – CSÁKÓ Mihály (szerk.): *A politikai szocializáció.* Új Mandátum, Budapest, 57–73.
1999b Szocializáció és politikai szocializáció. In: SZABÓ Ildikó – CSÁKÓ Mihály (coord.): *A politikai szocializáció.* Új Mandátum, Budapest, 9–17.

Material cu drept de autor

PATAKFALVI CZIRJÁK Ágnes

Sounds of Cluj. Scena muzicii electronice din Cluj

Clujul, oraș universitar

Cel mai substanțial beneficiu pentru Clujul epocii post-funar[1] este dezvoltarea rapidă.[2] Unii autori susțin că începând din anii '90 dezvoltarea orașului a îmbrăcat sensul dat de traiectoria de la modern la postmodern (Pásztor–Péter 2006). Prima caracteristică a orașului postmodern este consumul. Perioada post-funar este caracterizată de accelerarea acestei tranziții: „În urma politicii neoliberale adoptate de edilii orașului după 2004 investițiile străine directe au crescut rapid și substanțial; cu alte cuvinte, putem spune că a crescut capacitatea de atragere a fondurilor a orașului Cluj" (Pásztor–Péter 2006: 48).

Dezvoltarea este vizibilă mai ales în cazul investițiilor în infrastructură: s-au reparat trotuare și străzi, ceea ce a condus la separarea clară a circulației auto și pietonale; s-a pus accent pe formarea unor străzi pietonale; s-au renovat cele mai vizibile imobile din centrul orașului. Cu alte cuvinte, s-au străduit să creeze un oraș mai plăcut. Transformarea profilului economic al orașului a însemnat o nouă etapă în dezvoltarea orașului, etapă în care crearea conștientă a mărcii, a brandului de Cluj, vanda-

1 Gheorghe Funar a fost primarul orașului din 1992 până în 2004. Și-a câștigat renumele prin afirmațiile sale antimaghiare și șovine. După expirarea mandatului lui Gheorghe Funar, politica conducerii orașului a adoptat principii noi care au ajutat dezvoltarea rapidă.

2 Mai pe larg vezi: http://www.capital.ro/articol/span-class-marcat-cluj-span-ul-devine-aspirator-de-investitii-in-transilvania-23669.html.

Material cu drept de autor

bil, a avut, are un rol important (Pásztor–Péter 2006). În urma proceselor economice din anii '90 s-au consolidat sectoarele de servicii, comerț, IT şi academic în detrimentul industriei care s-a bucurat de monopol până atunci. Probabil cei mai spectaculoşi indicatori sunt multitudinea de supermarketuri, plaza şi spațiile populare pentru petrecerea timpului liber.[3] Scopul principal al creării brandului de Cluj este transformarea centrului în aşa fel încât să se maximizeze consumul (Pásztor–Péter 2006). Grupul de consumatori este format pe de o parte din persoanele care fac parte din „clasa de mijloc" în formare a oraşului, cei care câştigă mai bine decât media, pe de altă parte din turiştii care vizitează oraşul şi studenții care învață în oraş.

Clujul este al treilea cel mai mare centru universitar din România şi este în mod tradițional destinația primordială a studenților maghiari. Din 1990 numărul studenților din Cluj aproape s-a triplat, depăşind în prezent cifra de 65.000 (ceea ce înseamnă că aproape o cincime din populația Clujului este formată din studenți).

Variatele pretenții formulate de tineri se referă mai ales la spațiile de distracție.[4]. Locurile de distracție sunt formate mai ales ținând cont de pretențiile acestui grup. Oferta muzicală şi culturală a acestor „spații comunitare" este variată, în general urmează trasee deja bătătorite în universul gusturilor. Circuitul vieții nocturne este anual înnoit cu studenți şi informații noi. Gusturile lor influențează oferta deja formată. Gusturile conturate la Cluj se schimbă pe de o parte sub influențe străine, adică în baza genurilor muzicale adoptate, pe de altă parte datorită informațiilor de pe internet. În al treilea rând, gusturile se schimbă şi datorită „schimbului" ciclic de studenți.

3 Valoarea investițiilor celor două noi centre de consum este de 140 de milioane de euro pentru Polus Center şi 45 de milioane pentru Iulius Mall. Vezi şi: http://www.capital.ro/index.php.

4 Conform studiului realizat de săptămânalul *Capital* în 2009 (în care au comparat oraşele cu populație mai mare de 100000 de locuitori în funcție de 12 criterii: piața forței de muncă, competitivitate economică, infrastructură, sistem de sănătate, sistem de educație, nivel de trai, petrecerea timpului liber, dezvoltare economică, poluarea mediului, siguranța publică, clima, numărul de posturi locale), Clujul este primul oraş în privința oportunităților pentru petrecerea timpului liber şi a activităților culturale.

Material cu drept de autor

Scena studiată

În acest studiu analizez una dintre preferințele existente deja, scena legată de stilul de muzică breakbeat – drum'n'bass sau, într-o accepțiune mai largă, de muzica electronică din Cluj. Totodată analizez consumatorii conectați la acest stil de muzică. Obiectul cercetării mele a fost un grup de tineri care constituie un grup mai ales din punctul de vedere al consumului muzical. Studiul se concentrează asupra transformărilor scenei muzicii electronice din Cluj, cu câteva referiri la scena românească mai largă. Am încercat să situez transformarea, conținutul și direcțiile schimbărilor într-un interval de 10 ani.[5] Acești zece ani poartă în sine influențele sesizabile la nivelul întregului oraș, întâmplările cadru ale instituționalizării scenei, precum și audiența în permanentă schimbare. Include extinderea industriei de divertisment a orașului, apariția organizațiilor alternative înființate în toată țara, posibilitățile de colaborare cu acestea, precum și intenția de integrare în rețelele, sistemele de comunicare ale scenelor structurate în jurul stilurilor muzicale similare.

De fapt, cercetarea poate fi structurată în două părți și încearcă să descrie conturul transformărilor mai mari ce au avut loc în cadrul scenei. În prima etapă a cercetării am încercat să abordez caracterul de subcultură al scenei.[6] În analiza elementelor structurale m-am concentrat asupra proceselor care au părut interesante din pricina localizării lor. Mi-am îndreptat atenția asupra rolului, a mecanismelor de funcționare și a strategiilor de utilizare a capitalului subcultural, am încercat să surprind forțele din interiorul scenei, importanța distincțiilor, modul de creare a granițelor interioare și exterioare. Așadar, scopul meu a fost cartografierea structurii interne a grupului subcultural. În această primă etapă am utilizat termenul de „subcultură" ca termen descriptiv, date fiind transparența terenului și limitele destul de clare ale subculturii. Termenul se referă la comunitatea temporară a actorilor conectați la scena muzicală studiată. Această comunitate temporară, care poate fi conceptualizată ca subcultură, funcționează după un sistem de reguli bine definite. Problemele de gust se articulează în jurul unor mecanisme de distincție bine circumscrise (vezi Patakfalvi Czirják 2007).

5 În cazul acesta cei zece ani nu se datorează unui atașament față de cifre rotunde, ci se referă la prima scenă din Cluj sau, mai general, la începuturile scenei, deoarece în jurul anului 1998 au avut loc primele petreceri de breakbeat – dum'n'bass.

6 Prima etapă a cercetării s-a derulat în perioada 2003-2007, iar a doua a început în 2008.

Material cu drept de autor

Se pare că sistemul de norme şi reguli, organizarea bazată pe comunitate surprinse în prima etapă a cercetării se schimbă în 2008. Pe de o parte, datorită influenţei exercitate de permanenta şi rapida expansiune a scenei, actorii s-au schimbat şi a devenit tot mai dificilă menţinerea principiilor formate şi cristalizate care alcătuiesc baza sistemului de norme şi reguli. Pe de altă parte, evenimentele organizate în cadrul scenei reprezintă în prezent doar o mică parte a industriei timpului liber a oraşului, tot mai densă şi mai complicată. Deoarece scopul declarat este implicarea unei audienţe cât mai largi, organizatorii scenei trebuie să intre în competiţie cu organizaţiile concurente în contextul regulilor industriei divertismentului. În acest studiu încerc să abordez efectele acestei integrări şi competiţii de piaţă asupra scenei.

Transformările scenei muzicii electronice din Cluj pot fi surprinse corect prin fazele instituţionalizării ei. Fazele sunt aproximative, au un caracter ilustrativ. Prima etapă a formării scenei a fost determinată de preferinţele muzicale ale unor grupuri mai restrânse sau cercuri de prieteni. La acea dată petrecerile cu muzică electronică erau considerate rare. Din aceste cercuri de prieteni s-a format o comunitate mai mică şi tot de aici a apărut şi grupul care s-a ocupat de organizarea petrecerilor. În 2003 s-a înfiinţat prima organizaţie care s-a prezentat ca reprezentantul, consumatorul principal şi producătorul local al stilului de muzică dat. Putem considera înfiinţarea organizaţiei ca a doua etapă a evoluţiei scenei. Mai târziu s-a observat pe de o parte o continuă creştere a numărului de membri, pe de altă parte rolul central în organizarea scenei a fost preluat de intenţia de a consolida reputaţia DJ-lor clujeni. Din acest moment scena din Cluj se prezintă prin aceste organizaţii şi aceşti DJ şi în reţelele transnaţionale ale muzicii electronice.

Am analizat reţelele transnaţionale legate de procesele articulate în interiorul scenei doar la nivelul opiniilor, al experienţelor şi al ideilor general acceptate în interiorul scenei.[7] Organizaţiile şi audienţa lor au funcţionat ca grupuri aflate în continuă legătură. Dincolo de preferinţele muzicale comune, acestea formau şi grupuri de valori, articulate în jurul

7 Axa „ataşamentului" loial faţă de orientările din Anglia este definitorie pentru scena muzicală din Cluj. Există un soi de devotament necondiţionat, necritic, poate chiar respect faţă de scenele, respectiv artiştii din Anglia. În multe cazuri, atitudinea îşi atinge apogeul în circularea miturilor despre scenele din Anglia, iar pe de altă parte în dorinţa de a „ajunge din urmă", de a se „dezvolta" şi a atinge „nivelul" scenei de acolo.

Material cu drept de autor

unor valori comune. Scena încearcă să se integreze în rețelele transnaționale la nivelul acestui grup de valori.

Într-o etapă semnificativă a evoluției sale, *scena locală a funcționat ca subcultură, interpretată după perspectiva lui Thornton.* Conform accepțiunii date de Sarah Thornton, subcultura este o cultură a gustului reprezentată de diferite medii ca subcultură. Utilizează atributul subcultural pentru practici care sunt numite underground de membrii subculturii (Thornton 1996: 8). Sintagma „cultură de club" introdusă scoate în evidență caracterul local, ancorarea locală a subculturilor, se concentrează asupra acelor elemente ale subculturii care se articulează la nivel local sau regional. Axa principală a rețelelor de comunicare a culturii cluburilor este dată de cluburile identificabile şi de evenimentele organizate de acestea (Thornton 1996: 3). Scena din Cluj face notă discordantă cu această definiție în măsura în care persoanele conectate la scenă nu se leagă în primul rând de cluburi, ci de echipa de organizare a evenimentelor. Locurile s-au schimbat permanent în cei zece ani. Aceste schimbări continue au contribuit într-un mod curios la păstrarea caracterului subcultural, deoarece locul organizării evenimentelor din cadrul scenei a fost univoc doar pentru cei care participau la „viața cotidiană" a scenei sau a forumului legat de scenă. Lipsa locului asociat cu stilul muzical a facilitat crearea unei mici comunități formate din participanți, organizatori şi „consumatori", comunitate care a avut putere de structurare prin anumite valori împărtăşite.

Fiecare dintre noțiunile de cultură de club, scenă, neo-trib şi subcultură poate fi asociată cu cercetările muzicii pop şi cu cercetarea culturii tineretului. Hesmondhalgh (2007) încearcă o sinteză a noțiunilor şi a conceptelor aferente care determină cercetarea culturii tineretului. Descrie schimbările de semnificație ce au avut loc în cercetarea relației dintre muzică, stiluri muzicale, pe de o parte, şi consumatori, tineri, pe de alta.[8] Atacă critica lui Andy Bennett referitoare la noțiunea de subcultură şi îi indică neajunsurile. Critica lui Bennett este adresată mai ales ideii conform căreia subculturile există sub o formă ce poate fi delimitată, bine circumscrisă şi identificabilă, pe de o parte, iar pe de alta, că subculturile există în chip de cultură în cadrul culturii, ca subsisteme: „Teza fundamentală a studiilor ce se referă la subculturi, muzică şi stil – conform căreia subculturile sunt subunități ale societății sau culturi în

8 Vezi şi Kacsuk (2005), Muggleton (2005).

Material cu drept de autor

cadrul culturii – creează granițe și categorii sociale extrem de greu de surprins și de confirmat empiric."

Însă această critică are ca punct de plecare noțiunea de subcultură în sens structuralist. Termenul de neo-trib trebuie înțeles în raport cu aceasta, adică în sensul în care accentul se pune pe obiceiurile de consum, instabilitatea și caracterul efemer al „grupurilor" analizate pe baza stilului de viață pe care îl practică membrii. Acest termen nou se utilizează pentru grupările create de combinațiile dintre identitate și gust. Tinerii se mișcă de la un grup definit în raport cu un anumit gust la altul, iar grupurile se pot schimba oricând cu un altul.

Libertatea accentuată în privința consumului este prezentă și în scena din Cluj, dar independent de asta caracterul subcultural al spațiul analizat se păstrează. Centralitatea experienței și a atmosferei subliniată de Bennett este prezentă în scena din Cluj, însă interpretarea ei, semnificația atașată ei, discuțiile pe marginea ei au rol în întărirea autenticității, respectiv a capitalului subcultural. Așadar caracterul subcultural nu se constituie exclusiv pe baza recunoașterii libertății de alegere și a căutării experiențelor inedite. Pare mai plauzibilă presupunerea că scena nu a reușit să-și păstreze caracterul puternic de grup pentru că s-au schimbat „actorii" scenei și concomitent s-a multiplicat numărul noilor participanți.

Am derulat cercetarea în cadrul variantei existente la Cluj a unui gen muzical global în contextul scenei organizate în jurul lui. Am dorit să aflu mai multe despre tendințele care par a transforma scena. Prin analiza procesuală am evidențiat subcultura rămasă după popularizare, o subcultură bine conturată în prima fază a cercetării, schimbarea rolului acestei subculturi, mecanismele de legitimare influențate de transformarea relațiilor din interiorul ei. După Thornton, gustul este forța care organizează spontan comunitatea indivizilor atașați unui club sau eveniment, adică gustul muzical și consumul produselor media similare. Comunitățile articulate pe marginea gustului pot fi numite comunități ale gustului, pentru definirea cărora Herbert Gans a formulat o alternativă corespunzătoare: „Conform definiției mele comunitățile de gust sunt alcătuite din valori, forme culturale ce exprimă aceste valori (muzică, arte plastice, artă decorativă, literatură, dramă, comedie, critică, știri) și materializarea lor (cărți, reviste, ziare, discuri, filme, programe de televiziune, picturi și statui, arhitectură), precum și bunurile de consum care la rândul lor exprimă valori și funcții estetice (design de interioare,

Material cu drept de autor

îmbrăcăminte, maşină)" (Gans 2003: 118). Am observat şi în cadrul scenei preferința – în afara muzicii – pentru anumite bunuri de consum şi forme culturale care exprimă valorile grupului. Putem observa un soi de loialitate față de marcă în vestimentația actorilor şi în alegerea mijloacelor utilizate în crearea muzicii. Legat de consum, loialitatea față de valori nu există doar la nivelul diferitelor bunuri, ci şi la nivelul „consumului" diferitelor evenimente (festivaluri, petreceri).

În comparație cu alte petreceri, oportunitățile de distracție legate de scenă nu au o periodicitate bine stabilită. Majoritatea locurilor de distracție din Cluj au un orar fix determinat de maximizarea profitului; se organizează petreceri în fiecare zi a săptămânii cu diferite stiluri muzicale (zilele săptămânii sunt asociate cu diferite gusturi muzicale, astfel încât publicul este diferit de la o seară la alta). Evenimentele organizate de scena muzicii electronice sunt limitate mai ales la perioada sfârşitului de săptămână, dar cu o periodicitate incertă. Pe de altă parte, observăm că acest segment al industriei divertismentului local este preferat mai ales de studenți. Aşadar, pe timp de vară în Cluj nu au loc petreceri organizate de scenă, exceptând una sau două seri.

Subculturile definite ca şi culturi bazate pe gust sunt ierarhizate. Thornton recurge la teoria capitalului a lui Bourdieu pentru a descrie relația dintre statut şi gust în interiorul subculturii. „Capitalul subcultural" se referă la un statut privilegiat pe care membrii scenei îl dobândesc printr-o practică a distincției (Thornton 1996: 11-12; Muggleton 2005: 215). Abordarea ne oferă câteva puncte de reper concrete în cercetarea de teren. „Dovezile" apartenenței la scena din Cluj au forța de a crea prestigiu. Participarea la organizarea petrecerilor, la întreținerea paginilor de internet sunt pe de o parte dovezi prețioase ale apartenenței la scenă, pe de altă parte consolidează poziția ocupată de individ în cadrul scenei.

Participarea la petreceri, cunoştințele acumulate în scenă, cunoaşterea întâmplărilor legate de anumite evenimente, participarea la organizare contribuie la atingerea unui statut mai înalt în cadrul subculturii. Există o relație între cantitatea consumului în conformitate cu valorile de bază ale culturii gustului şi poziția din cadrul subculturii. Indivizii aflați în vârful ierarhiei gustului alcătuiesc un grup bine definit. Membrii acestui grup sunt cei care, datorită calității lor de inițiați, capitalului subcultural deținut şi competențelor tehnice de care dispun, determină producția culturală locală, selectează informațiile „intrate" în grup, adi-

Material cu drept de autor

că competențele lor muzicale se constituie în puncte de referință pentru membrii subculturii (Patakfalvi Czirják 2007).

Odată cu extinderea scenei s-a pus valoare mai mare pe durata apartenenței la scenă. Acesta este şi un fel de semn distinctiv; funcția lui poate fi explicat prin popularitatea scenei. Pentru că scena a început să atragă cercuri tot mai mari de indivizi, durata apartenenței la scenă a creat o graniță între membrii vechi şi noi. „Vechimea" influențează poziția ocupată în cadrul scenei pentru că, prin definiție, cine şi-a asumat un rol încă de la început deține mult mai multe informații şi o rețea mai extinsă. Totodată şi-a dovedit şi dedicația şi loialitatea. La interviuri am întâlnit situații în care subiectul a încercat să determine data de la care este membru al scenei. Cei care s-au simțit „boboci" subliniau cu precădere acțiunile prin care îşi dovedeau devotamentul sau se refereau la prieteni considerați „veterani".

Din perspectiva celor zece ani scurşi observăm un soi de instabilitate a scenei în privința participanților, care conduce la opacizarea granițelor scenei. Tendințele menționate mai sus par a redefini caracterul subcultural al scenei, schemele mentale prin care se percepe grupul.

Pe lângă dinamica grupului, s-a schimbat şi definiția genului muzical pe baza căruia se defineşte gustul ales în cadrul scenei. În prima etapă a funcționării scenei membrii acesteia au denumit în limbajul cotidian genurile muzicale preferate cu câte o noțiune cuprinzătoare (termenii de „drum'n'bass", „breakbeat" au fost utilizați ca atare, iar pentru semnalarea respingerii unor gusturi muzicale au fost utilizate termenii de „techno" sau „manele"). Odată cu extinderea scenei şi odată cu răspândirea reprezentării ei publice (prin afişe, programe etc.) a devenit importantă clasificarea precisă a genului muzical. A devenit important de ştiut cine ce stil cântă. Faptul a contribuit la o mai bună circumscriere a scenei pe de o parte, a indicat creşterea valorii atribuită cantității cunoştințelor muzicale precise pe de altă parte, iar în al treilea rând a conferit o profunzime crescută controlului exercitat asupra granițelor gustului atribuit DJ-lor şi organizatorilor. În paralel cu extinderea continuă a scenei s-au format mai multe grupuri pe marginea dezvoltării diferitelor genuri, care nu au devenit independente. La momentul respectiv n-au avut consistența necesară formării unor scene separate. Însă în viitor pare probabilă formarea unor scene de succes din aceste grupuri mai mici.

Rolul sistemului ierarhic a rămas important până în prezent, în ciuda creşterii în popularitate a scenei şi a schimbării continue a granițelor

Material cu drept de autor

din interiorul ei. Sistemul ierarhic are mai multe straturi şi apare în mai multe forme. Poziția membrilor în acest sistem poate fi determinată de durata timpului petrecut în cadrul scenei, se poate referi la rafinamentul aptitudinilor necesare pentru petrecerea timpului liber legată de scenă – de exemplu csocsó, abilități în practicarea sporturilor extreme, grafitti, stencil etc. –, precum şi la atitudinea față de muzică sau în general la volumul capitalului cultural dobândit.

Este probabil interesant că clasificarea ierarhică nu depinde de naționalitate. Scena din Cluj este bilingvă (română şi maghiară); se impune cu necesitate întrebarea legată de rolul apartenenței etnice la diferite nivele. Nu am întâlnit tensiuni de natură etnică nici în structura internă, nici în „viața cotidiană" a scenei. Forumurile dedicate răspândirii informațiilor mai importante ale scenei sunt extrem de relevante din această perspectivă. Forumul, în ansamblu, este trilingv, însă utilizarea limbii engleze şi a limbii române este dominantă, deşi există şi însemnări în limba maghiară. În general forumul şi scena sunt caracterizate de toleranță şi un fel de neutralitate în problemele etnice. Deseori convorbirile se desfăşoară în toate cele trei limbi menționate.[9]

Ordinea ierarhică a scenei a suferit multe schimbări în această perioadă, însă grupul din vârful ierarhiei s-a transformat dintr-un *grup bazat pe statut* într-un *strat al antreprenorilor subculturali.* Rolul stratului care organiza viața scenei s-a schimbat pe parcursul cercetării. Grupul celor care dețineau cel mai înalt statut avea un rol mai ales legat de muzică şi de menținere a distincțiilor ataşate subculturii, precum şi de controlul granițelor. Odată cu creşterea numărului de membri şi schimbarea lor continuă a devenit tot mai grea menținerea şi transmiterea relevanței cunoştințelor şi a experiențelor comune. Accentul s-a deplasat de la dobândirea autenticității şi a identității subculturale la statutul scenei. Menținerea caracterului subcultural s-a confruntat cu dificultăți. Cunoştințele (orientarea în stiluri muzicale, accesul la anumite produse muzicale etc.) pe care se baza, printre altele, caracterul subcultural al scenei au devenit accesibile prin intermediul internetului pentru oricine este interesat. Momentele întâmplărilor locale ca expresie a devotamentului față de subcultură şi-au pierdut relevanța. Devotamentul, autenticitatea au îmbrăcat alte forme, respectiv s-au fragmentat.

9 De mai multe ori am fost martoră la întrebări adresate în limba română, iar răspunsurile au utilizat toate cele trei limbi amestecate. Noțiunile referitoare la crearea muzicii sunt utilizate în cele mai multe cazuri în limba engleză.

Material cu drept de autor

Devotamentul față de subcultură, respectiv autenticitatea au căpătat alte semnificații definite de grupuri mai mici, iar aceste noi semnificații nu sunt legate în mod necesar. Observăm tendința ca devotamentul și autenticitatea să fie mai consistente la membrii scenei care provin din anumite orașe, iar participarea la scena clujeană nu schimbă prea mult nici forma, nici conținutul acestora. Scena devine tot mai diferențiată. În viitor este probabil să se fragmenteze în mai multe scene mici cu „viață autonomă".

Scena reprezintă o mică parte a industriei divertismentului a orașului. Inițial a dispus doar de resurse minime. De aceea, pentru a se menține, și din rațiuni materiale a intrat în competiția pentru un public numeros. Așadar, scena muzicii electronice din Cluj s-a deplasat de la organizarea comunitară la organizarea de tip piață. În consecință, caracterul subcultural al scenei pare să se dezintegreze. Se pare că rolul jucat de volumul capitalului subcultural se transformă, în sensul în care a dobândit o valoare de piață și nu este determinat exclusiv de prestigiul care poate fi dobândit doar în cadrul subculturii.

Nu putem prognoza viitorul scenei pe baza analizei efectuate asupra schimbărilor liniilor de forță reliefate. Întrebarea rămâne: într-o comunitate locală dată, în ce măsură se pot menține distincțiile definite, create pe marginea gustului?

Bibliografie

BENNETT, Andy
1999 Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style, and Musical Taste. In: *Sociology.* Sage, London, 599-617.
GANS, Herbert J.
2003 Népszerű kultúra és magaskultúra. In: WESSELY Anna (coord.): *A kultúra szociológiája.* Osiris Kiadó, Budapest, 114–149.
HESMONDHALGH, David
2007 Recent Concepts in Youth Cultural Studies. Critical Reflections from the Sociology of Music. In: HODKINSON, Paul – DEICKE, Wolfgang (coord.): *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes. List of Chapters.* Routledge, New York, London.

Material cu drept de autor

http://www.capital.ro/articol/cele-mai-bune-orase-din-romania-in-care-sa-locuiesti-127332.html
http://www.capital.ro/articol/span-class-marcat-cluj-span-ul-devine-aspirator-de-investitii-in-transilvania-23669.html
http://www.capital.ro/index.php
KACSUK Zoltán
2005 Szubkultúrák, poszt-szubkultúrák és neo-törzsek. A (látványos) ifjúsági (szub)kultúrák brit kutatásának legújabb hulláma. *Replika* 53. 91–110.
MUGGLETON, David
2005 From Classlessness to Clubculture. A Genealogy of Post-war British Youth Cultural Analysis. *Young* 13. (2) 205–219.
PATAKFALVI CZIRJÁK Ágnes
2007 Going Under. A kolozsvári drum and bass színtér bemutatása. In: JAKAB Albert Zsolt – KESZEG Vilmos (coord.): *Csoportok és kultúrák. Tanulmányok szubkultúrákról.* Kriza János Néprajzi Társaság, Kolozsvár.
PÁSZTOR Gyöngyi – PÉTER László
2006 Kolozsvár mint márka – útban a posztmodern város felé? Szociológiai tanulmány egy erdélyi város jellegének és arculatának a változásáról. *Erdélyi Társadalom* 4. (2) 41–57.
THORNTON, Sarah
1996 *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital.* Wesleyan University Press, London.

Material cu drept de autor

Material cu drept de autor

Abstracts

Sorin MITULESCU
An Outline of Youth Research in Romania in the Past Decades

The article shows that youth research in Romania has a 30 years long history. Although during socialism research topics were defined by party needs, youth research had been a fortunate domain that could function in a well-defined and stable institutional environment even before the change of regime. The institutional frame given by the government has been preserved after 1989. The main features of youth research in Romania owe much to this structure: (1) a powerful relation to policy and a policy approach; (2) a focus on problems related to youth or specific groups (different forms of deviance, labor market, and social integration). Besides we should highlight the great volume of empirical data. The center for youth research, being a governmental institution, has been carried out annual survey since 1996. The samples are representative for the youth and in many cases even for some regions and strata (for example rural youth).

GÁBOR Kálmán – VERES Valér
Youth Lifecycle in Eastern Europe: Hungarian Youth in Transylvania

Hungarian researches in Transylvania have been working in a different theoretical frame than researchers in Bucharest. They do not approach youth from social policy perspective, and instead of focusing on social problems related they see young people as carriers of social change. Thus, analyses center on terms like civilization change, embourgeoisment, (post)modernity or consumer status. The theoretical framework related especially to the work of Ulrich Beck and Jürgen Zinnecker provided the meta-narrative for these researches, which interprets the wide range of empirical data as evidence for transition from "periphery to center", to postindustrial society or late modernity. The article signed by Gábor and Veres illustrates this strand research.

Material cu drept de autor

Gina ANGHELESCU
Living Conditions of Youth in Romania

The article provides a bird-eye view on the general condition of youth in Romania. The author describes Romania as a society of differences in terms of income inequality in urban and rural areas and between regions, or occupations. Because of structural development the latter are not lucrative and produce poverty. The author states that social polarization needs to be taken into account beyond any ideology or interest. Young people in Romania live between these worlds and in each of them. The main results show that unlike adults, young people are optimistic when considering income in relation to needs, are pessimistic regarding the possibility to intervene in public space, and have no interest in politics.

VERES Valér
Youth in the Labor Market, Perception of Social Environment and Problems

The article analyzes the social condition and the perception of the social environment among Romanian and Hungarian youth according to their position in social structure. The first part of the study provides a description of young people's occupational status, educational level, and cultural capital. In the second part the author analyzes the social stratification of youth using an index constructed from their economic and cultural capital. Based on the context of stratification described in part two, the third part of the article presents youth's perceptions regarding social environment and problems.

Iulian N. DALU
Education and Work in the Value System of Romanian and Hungarian Youth

The majority of young people – Hungarians and Romanians alike – think that school has ceased to be the exclusive reference or privileged center in the learning process. Few think that school provides what labor market demands. Regarding occupation, Romanians' way of life is more dependent on tradition and household than that of Hungarians. It seems that Hungarians leave school at an earlier age than Romanians.

Material cu drept de autor

Supposedly, they are more inclined to personal and material autonomy. Overall, Hungarians are more satisfied with their work than Romanians are, shows the article.

BARNA Gergő
Leisure, Culture, Media, Internet – Consumer Habits among Hungarian and Romanian Youth

The study compares cultural consumption – including differences in lifestyle, media consumption and surfing the internet – of Hungarians in Transylvania, Romanians and Romanians in Transylvania. According to the main conclusions of the study Hungarians consume less media, spend less time in the company of others, but in the same time they exercise more, and more of them visit spaces of high culture than their Romanian peers. The article presupposes that the intensity of cultural consumption for Hungarians in Transylvania is located somewhere between the trends in Hungary and Romania. Results show that leisure and cultural activities are not primarily related to generation in the sense that age does not determine their frequency and intensity. Instead, leisure habits are related rather to changing social status, family planning and occupational status.

BOKOR Zsuzsa
Retraditionalization? Transylvanian Young People on Family, Children, Cooking and Work

The study analyzes young people's attitude toward gender roles, family and family planning. Young people form a specific social and cultural category in itself since it carries particular traits given by age. It can also look and make us look in different directions. On one hand, it shows in retrospect what values transmitted by family are preserved or abandoned. On the other hand, their opinion provides a glimpse on the future, on the perspective of those who will represent adult generations. Of course, none of perspectives are pure firstly because a survey does not provide a clear image on topics regarded as personal matter or even taboos and secondly because change is replete of unknown elements of past and the future yet to come. All these leave some question marks regarding our conclusions.

Material cu drept de autor

Sorin MITULESCU
Youth and Family

Family can be considered a "barometer" of social change, even if this barometer reacts to economic and social trends with some delay. Comparing family characteristics of the two ethnic groups (Romanian, Hungarian) shows the extent to which these groups are exposed to social and economic pressures and their selective reaction to social change. Surveys conducted on national samples of youth in 2008 included indicators related to certain aspects of family life: the importance of family in the value orientations of young people, family plans, and gender roles within the family. One of the findings of the article shows age and ethnicity produces different model of birth rate. Romanian women give birth earlier, but birth rate is lower. In contrast, giving births comes later in the life of Hungarian women, but birth rate is more consistent. The somewhat stronger modernization of Romanian family seems consistent with a reduction in fertility, while the slightly increased family traditionalism of the Hungarian population leads to a more consistent reproduction.

VERESS Ilka
On the Values of Young People in Romania

The study seeks to answer the following question: do the indicators of postmodern society occur because of the young population aged 18-25 in the explicitly material postcommunist society? One of the findings of the article is that both in the case of Hungarians and Romanians one cannot talk about crystallized, ideal type, postmaterial, material or traditional value-orientations but about the coexistence of values. Thus the article finds side by side traditional gender roles (in both populations), religious faith (as fundamental traditional value), and essentially postmaterial values. There is a highly active strata characterized by postmaterial value system consistent with western models. However, such a value system is dependent on material condition, educational level, environment (urban or rural) and age groups.

Material cu drept de autor

KOZÁK Gyula
Consumption practices among Hungarians in Romania

The study discusses consumption practices among young Hungarians. The data shows that the dominant pattern of food consumption includes daily consumption of vegetables, fruit, natural food and coffee, occasional consumption of fast-food dishes and alcohol and avoidance of cigarettes. It seems that the pattern is not determined by access to food but by principles regarding health/unhealthy foods and rational self-indulgence. However, class and social status seems to govern consumption of durables, notably in the case of goods having high pecuniary value. The article, beside description suggests some areas of further research in the domain of consumption in Romania.

Gina ANGHELESCU
Foreign Countries in 3D: Dispositions, Distinctions and Similarities Regarding Hungarian and Romanian Youth

The study describes the manner in which young Hungarians, Romanians and Romanians in Transylvania relate to migration. How widespread is the interest to go to another country, why, how can we describe them from a structural perspective and how different are those who have already had experience in migration? Results show that direct experience with migration, be it for travel, shopping, or study is a real possibility only for those who have resources. In terms of comparisons, for almost every indicator we used we found common determinants. However, there are also differences: for Hungarians migrations strategies are structured also according to gender while for Romanians the determinant factor seems to be occupation.

ERCSEI Kálmán – KISS Zita – SZABÓ Júlia
Leisure, Autonomy and the Image of Future among Participants at Peninsula Festival

Besides an overview of Peninsula researches, the study stands as representative of studies dealing with the consolidation of consumer status and formation of middle class in the case of young people. Concentrating on participants at the festival, the authors studied a dynamic stratum of Hungarian young people, a stratum that comprises the winners of the

Material cu drept de autor

so-called nascent market economy. Following Kálmán Gábor the study speaks about the generation of festivals, who in the context of post-fordist economy creates its identity primarily through consumption and leisure. This segment of youth is optimistic, confident, and has positive feelings regarding opportunities. In the same time the authors state that due to their unstable position on the labor market, young people are vulnerable in case of marginalization and decreasing opportunities.

SÓLYOM Andrea
Political culture and social values

The article builds on a survey related to political culture and socialization. The topic was indeed very popular among sociologists in Cluj around the turn of the millennium. First, we have to mention *Civilkurázsi,* a survey initiated by László Péter. Sólyom Andrea participated in this research and later initiated together with one of the editors of the present volume a research on attitudes regarding democracy. The study builds on the survey mentioned above, and using the conceptual framework of "tranzitology", gives a refined version of it.

PATAKFALVI CZIRJÁK Ágnes
Sounds of Cluj. A Decade in the Scene of Electronic Music in Cluj

The study is part of research in subcultures. In the frame of British theory of subcultures the paper describes the scene of electronic music in Cluj. According to the author members of the scene form a particular subculture that can be seen as a field in the sense defined by Bourdieu. It is a hierarchical structure within, which the relative position of members is defined by social and symbolic capital in relation to other social fields. The relevant social capital in the scene in Cluj is defined as competence, experience in leisure activities and musical knowledge. The author states that position in the field is not determined by ethnic belonging or class. In this perspective the degree of autonomy, in the sense of Bourdieu is crucial. In the same time Patakfalvi stresses that autonomy does not mean that social change does not permeate the field. In fact, the study describes the way in which market relations appear in the field, and how the subculture's entrepreneurs convert social capital in successful business.

Material cu drept de autor

Lista autorilor

ANGHELESCU, Gina – cercetător, Agenția Națională pentru Sprijinirea Inițiativei Tinerilor, București

BARNA Gergő – cercetător, Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale, Cluj-Napoca

BOKOR Zsuzsa – cercetător, Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale, Cluj-Napoca

DALU, Iulian N. – cercetător, Agenția Națională pentru Sprijinirea Inițiativei Tinerilor, București

ERCSEI Kálmán – doctorand, ELTE, Budapesta

GÁBOR Kálmán – prof. univ. dr., ELTE, Budapesta, decedat în 2009

KISS Tamás – cercetător, Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale, Cluj-Napoca

KISS Zita – director, Centrul de Studii Sociale „Max Weber", Cluj-Napoca

KOZÁK Gyula – cercetător, Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităților Naționale, Cluj-Napoca

MITULESCU, Sorin – cercetător, Agenția Națională pentru Sprijinirea Inițiativei Tinerilor, București

PATAKFALVI CZIRJÁK Ágnes – doctorand la Școala Doctorală „Științele Culturii" a Universității din Pécs, Ungaria

SÓLYOM Andrea – lector univ. la Universitatea Sapientia, Miercurea Ciuc

Material cu drept de autor

SZABÓ Júlia – doctorand, Universitatea Corvinus, Budapesta

VERES Valér – conf.univ.dr., Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială, Universitatea „Babeş–Bolyai", Cluj-Napoca

VERESS Ilka – cercetător, Institutul pentru Studierea Problemelor Minorităţilor Naţionale, Cluj-Napoca

Material cu drept de autor